



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2017-2018**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**El prosumidor como alternativa a la crítica periodística: estudio de caso de Goodreads**

**Alumna: Alba Diez Gracia**

**Tutora: Pilar Sánchez García**

## **Agradecimientos**

A mamá, que ha aprendido lo que es  
un 'prosumidor'.

A papá, que todavía no.

A Pilar, por creer en mí.

A los que han llegado, a los que han  
vuelto y a los que nunca se han ido.

# **El prosumidor como alternativa a la crítica periodística: estudio de caso de Goodreads**

## **AUTORA**

Alba Diez Gracia

## **RESUMEN**

El paradigma digital e Internet obligan al Periodismo tradicional a adaptarse a un nuevo entorno en permanente evolución. Uno de los principales cambios de este contexto de transformación, que afecta a numerosas perspectivas, es la aparición de la figura del ‘prosumidor’, un usuario-receptor tradicionalmente pasivo, que actualmente es capaz de crear, editar y publicar contenido. Las nuevas audiencias participativas y la viralidad arrastran al público general a confiar en opiniones y experiencias personales ante un periodismo profesional que ve así recortado su espacio.

El presente estudio aborda una aproximación a la cuestión desde el análisis de la crítica realizada por prosumidores para determinar su calidad, influencia, sesgo y correspondencia con la crítica periodística profesional. Esta investigación, extrapolable a otras áreas del Periodismo, se centra en un análisis de caso de la red social *Goodreads*, una plataforma online con más de 75 millones de usuarios que permite compartir lecturas y sus opiniones sobre ellas. Mediante el establecimiento de un marco teórico previo y un análisis empírico de 113 unidades escritas por los prosumidores más populares internacionalmente, se estudia la calidad e influencia de esta crítica literaria para determinar qué alternativas informativas y de opinión consume la nueva audiencia y, en consecuencia, a qué se enfrenta el Periodismo en el futuro en otros géneros y ámbitos informativos. Los resultados constatan que las publicaciones, pese a seguir la estructura formal de la crítica periodística, resultan altamente influyentes, sesgadas y con amplio uso de jerga propia de la red.

## **PALABRAS CLAVE**

Prosumidor, crítica, periodismo de opinión, Internet, web 2.0, Goodreads.

# **The prosumer as an alternative for journalistic review: case study of Goodreads**

## **AUTHOR**

Alba Diez Gracia

## **ABSTRACT**

The digital paradigm and the Internet forces traditional Journalism to adapt to a new environment. One of the multiple changes in this volatile context is the appearance of the 'prosumer', a traditionally passive user-receptor, as a leading figure that is able to create, edit and publish content at present. The new participative audience and Internet virality leads general public to trust on personal experiences and opinions faced with a professional journalism that loses more and more space.

This research is an approach to this matter through prosumer review analysis in aim to determine its quality, influence, bias and connection with professional journalistic review. The study, potentially comparably to other to other journalistic areas, is focused on a case analysis of *Goodreads* social network, an online platform with more than 75 millions of users that allows sharing reads and its opinions about them. The method used is based on a previous theoretical framework and an empirical analysis of 113 items –all of them literary reviews written by the most popular prosumers on the platform-. It reveals what the audience consumes and the situation Journalism in general and journalistic genres in particular have to face. The results confirm the existence of highly influent and biased contents, as well as the use of digital slang amongst the users, even though they follow the formal structure of journalistic review.

## **KEY WORDS**

Prosumer, review, opinion journalism, Internet, web 2.0, Goodreads.

## ÍNDICE

<b>1. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Estado de la cuestión y marco teórico</b> .....	<b>4</b>
2.1. La crítica periodística: conceptos, funciones y estructura .....	4
2.2. La crítica literaria: una aproximación histórica .....	4
2.3. El cambio de paradigma: periodismo y comunicación en la web 2.0. ....	6
2.4. La importancia del prosumidor en las comunidades online .....	7
2.5. Goodreads: intereses homogéneos en una red heterogénea .....	8
<b>3. Metodología</b> .....	<b>13</b>
3.1. Muestra acotada y limitaciones.....	13
3.2. Tabla de análisis: 5 categorías de estudio, 67 variables y subvariables .....	15
<b>4. Resultados</b> .....	<b>18</b>
4.1. Autores, géneros y targets: primeros indicios de subjetividad .....	18
4.2. Características de la crítica prosumidora y su semejanza con la periodística .....	22
4.3. Discurso digital y narrativa multimedia .....	28
4.4. Análisis de la interacción: influencia y poder del autor-prosumidor .....	32
<b>5. Conclusiones</b> .....	<b>34</b>
<b>6. Bibliografía y webgrafía</b> .....	<b>37</b>
<b>7. Anexos</b> .....	<b>41</b>

## 1. Introducción

La aparición de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en el ámbito de la Comunicación implica tal cantidad de cambios estructurales que la mayoría de autores no duda ya en hablar de “revolución” o “nuevo paradigma” (Mont, 2000). De la comunicación de masas, estudiada y definida por Denis McQuail en 1983, se ha evolucionado a la “auto-comunicación” de masas, donde los sujetos comunicantes ganan autonomía y se convierten en usuarios emisores y receptores de mensajes (Castells, 2009). Estos individuos, capaces de crear e intercambiar contenido producido por sí mismos además de consumirlo, han sido acuñados como ‘prosumidores’ (Toffler, 1980; Giurgiu y Barsân, 2008) o ‘lectoautores’ (Moreno, 2008; Castells, 2009).

Este nuevo entorno ha transformado no solo los hábitos del consumidor, sino la sociedad en su conjunto y, por formar parte intrínseca de ella, al Periodismo. Mientras los periódicos en papel ven descender sus ventas, las empresas de comunicación se afanan por encontrar nuevos modelos que permitan su subsistencia en la dimensión digital ante un usuario desconfiado<sup>1</sup> de los medios tradicionales que prefiere las redes sociales para informarse —y producir su propia información— como un cauce alternativo a lo tradicional.

Dentro del amplio espectro y funciones que abarcan Periodismo y Comunicación en la Historia, persiste un elemento común: el libro. A lo largo de las seis revoluciones informativas que estudia Irving Fang (1997), la Literatura permanece como un eje que acompaña la relación sociedad-comunicación desde Gutenberg hasta la actualidad, favoreciendo la alfabetización, la independencia de pensamiento y la expansión de las primeras formas periodísticas. Este autor (1997) propone una evolución desde la “Nueva Cultura del Libro” (*The New Book Culture*) referida al desarrollo de la prensa en el siglo XV, hasta “El Nuevo Libro” (*A Newer Book*), entendiendo el entorno multimedia como un nuevo paradigma.

Mientras autores como Sartori (1997) critican la aparición de las nuevas tecnologías y la predominancia de lo audiovisual como factores que alejan a la población de la lectura como elemento cultural y de conocimiento, restando capacidad de abstracción y entendimiento a la sociedad, otros, como García-Alonso (2006), destacan el poder democratizador de Internet.

La accesibilidad de la red favorece la reunión de individuos en comunidades con intereses compartidos (Stone, 1991). En esta línea aparece *Goodreads*, una red social especializada en Literatura que permite a sus usuarios compartir qué leen y qué opinan, ocupando el espacio que los medios tradicionales especializados han perdido y situándose muy por encima de ellos en búsquedas y afluencia en Internet (Google Trends, 2018). Los prosumidores se convierten, así, en figuras de referencia para sí mismos, prescindiendo del periodista y de su crítica más profesional.

Actualmente, *Goodreads* cuenta con más de 75 millones de usuarios, dos billones de libros agregados y 77 millones de críticas prosumidoras, alzándose como “la web más grande del mundo para lectores y recomendaciones literarias”<sup>2</sup> (Goodreads, 2018a).

---

### Notas

<sup>1</sup> Este sentimiento se ha expresado, además, como idea general por parte de algunos de los perfiles analizados a través de una comunicación personal con la autora de esta investigación. Los mensajes completos se encuentran disponibles en el apartado *Anexos*.

<sup>2</sup> Datos consultados el 09/06/18. Recuperados de: <https://www.goodreads.com/about/us?rel=nofollow>

Pertenece a *Amazon*, la compañía de comercio electrónico donde se realiza el 80% de las compras en Internet y con la que conecta sus servicios (Stevens, 2017). Estas cifras y su alta afluencia destacan la relevancia del objeto de estudio y su necesidad de analizarlo como un fenómeno extensible a otras áreas y géneros periodísticos.

Este análisis de caso se presenta como un estudio extrapolable a todos los contenidos periodísticos sensibles de ser abarcados por los usuarios; una mirada a los posibles cambios que se avecinan en el Periodismo y la Comunicación en el futuro, donde la emergencia constante de medios digitales y redes sociales se presentan como cauces alternativos de comunicación que transforman a los antes ‘consumidores’ en también ‘productores’ sin formación especializada, poniendo en jaque la figura del periodista.

El objetivo principal de este trabajo es analizar el estado de la crítica realizada por los usuarios-prosumidores, capaces de tomar Internet y las redes sociales como herramientas comunicativas para crear y publicar sus propios contenidos, ajenos a las vías tradicionales de los medios de comunicación y la formación periodística que se requiere para realizarlos.

Con el fin de delimitar esta amplísima área de estudio, se ha optado por un análisis de caso de la red social *Goodreads*, relativa al campo de la crítica literaria, que permite a sus usuarios compartir sus lecturas y su opinión sobre ellas, generando un entorno participativo en el que se presume gran influencia por parte de los usuarios más populares hacia su audiencia.

En este sentido, el objetivo concreto consiste en analizar los contenidos de crítica literaria volcados en esta red social en auge para conocer sus características frente a la crítica periodística y la influencia de sus usuarios y su comunicación colectiva al margen de los medios tradicionales, presentándose como una alternativa a los mismos. Simultáneamente, se plantea abrir el debate de cómo puede afectar la emergencia de este contenido prosumidor al Periodismo como profesión formada.

A lo largo de la presente investigación se pretende dar respuesta a cuatro cuestiones sobre las que se asientan las consecuentes hipótesis, con el fin de hallar una explicación que sostenga y refute o rebata dichas proposiciones.

### **Preguntas de investigación:**

**P<sub>1</sub>.** ¿Son los juicios del prosumidor realmente críticas o solo opiniones o experiencias particulares?

**P<sub>2</sub>.** ¿Son expertos los prosumidores? ¿Están capacitados para emitir críticas fiables de calidad?

**P<sub>3</sub>.** ¿Están los usuarios guiándose y dejándose influir por opiniones sesgadas o experiencias particulares en lugar de por informaciones rigurosas?

**P<sub>4</sub>.** ¿Ocupan los prosumidores un espacio perteneciente a los periodistas?

Con el objetivo de guiar la investigación y responder a las tesis que pretenden comprobarse en la misma, se proponen dos hipótesis principales y dos subhipótesis enlazadas a la segunda hipótesis principal.

## **Hipótesis:**

**H<sub>1</sub>.** La audiencia concede credibilidad y capacidad de influencia a figuras de referencia no especializadas y no profesionales, como otros prosumidores, frente a los periodistas o críticos especializados.

**H<sub>2</sub>.** Los análisis de los prosumidores son sesgados y no siguen la estructura de la crítica periodística profesional.

**h<sub>1</sub>.** La “crítica prosumidora” se basa en las experiencias u opiniones particulares de los usuarios.

**h<sub>2</sub>.** La “crítica prosumidora” conserva algunas de las características nucleares de la periodística, pero incorpora elementos propios de la narrativa multimedia y del nuevo discurso digital.

La estructura de la investigación se organiza en dos grandes apartados: en el primero se abordan el marco teórico y estado de la cuestión, dividido en secciones convenientemente delimitadas según los diferentes aspectos desarrollados; en el segundo se presenta el análisis empírico y el estudio del caso, recogiendo la metodología empleada, la exposición de resultados y las conclusiones extraídas de la investigación.

En ambas partes cobra especial relevancia la consulta a fuentes personales directas, con el objetivo de dotar a la investigación de mayor profundidad al tratarse de un tema apenas estudiado y un enfoque completamente nuevo que no se ha explorado con anterioridad en la literatura científica. En total, se intenta contactar con once personas: los cinco usuarios-prosumidores más populares de España, los cinco más populares internacionalmente, y la responsable del equipo técnico de *Goodreads*. De ellos, solo responden dos usuarios-prosumidores y la responsable de la red social, si bien esta última no aporta ninguna información útil para la investigación. Todas las transcripciones se encuentran en el apartado *Anexos*.

Debido a la novedad del tema, también cabe destacar que el presente estudio se nutre de una gran cantidad de trabajos académicos publicados en lengua inglesa, donde se ha desarrollado en mayor medida la investigación en este ámbito.

## 2. Estado de la cuestión y marco teórico

### 2.1. La crítica periodística: concepto, funciones y estructura

La crítica periodística tiene una dimensión de estudio de larga trayectoria. Pese a que su definición sufre modificaciones entre autores y sus objetivos cambian a lo largo de los siglos, mantiene su significado nuclear intacto. Así, la crítica periodística se enmarca como un género especializado, descriptivo, valorativo y orientativo (López Hidalgo, 2002), cuyo objetivo es exponer “la valoración que le merece un trabajo de carácter creativo o artístico que se ha dado a conocer recientemente al público, a una persona experta en la materia sobre la que se emite el juicio” (Abril-Vargas, 2000: 183).

Si bien, al tratarse de la reseña valorativa de una obra humana, la crítica se encuadra dentro del estilo de solicitud de opinión o dentro del artículo como género periodístico de opinión, la interpretación no debe oponerse a lo informativo, sino dotar al texto de un segundo nivel de profundidad, aun tratándose de un género que permite un estilo literario libre y creativo (Martínez Albertos, 1991); incluso en su estructura interna, que debe cuidarse al detalle y mantener la coherencia respecto a las ideas expuestas (López Hidalgo, 2002). En este sentido, la crítica periodística cumple cinco funciones fundamentales: informar, describir, divulgar, orientar sobre los hechos culturales de actualidad y educar (Abril-Vargas, 2000; Gomis, 1989).

Sin embargo, autores como Etxeberria (2014) plantean que, en el sistema capitalista post-industrial actual, la crítica, en concreto la literaria, que ocupa el centro del presente artículo, se ha convertido en una institución reguladora con una función legitimadora capaz de otorgar o negar el valor literario. Esta afirmación, combinada con el dato de que un 55% de consumidores online a nivel global —en España, un 53% de la población— se ve influido en su decisión de compra por los comentarios en redes sociales o críticas online y que consulta información en las mismas antes de realizarlas (*Global Online Consumer Report*, 2017; *Interactive Advertising Bureau*, 2017), establece un área de estudio significativo en el paradigma digital.

### 2.2. La crítica literaria: una aproximación histórica

Así como Fang (1997) recoge el libro como elemento central en el surgimiento y desarrollo de Periodismo y Comunicación, Natividad Abril Vargas (2000) establece la crítica literaria como un claro precedente de la crítica periodística desde la Grecia clásica, destacando su prontitud de aparición y el papel protagonista que desempeñó en el nacimiento de la prensa.

Las publicaciones dedicadas a la crítica literaria —el mensual *Monatgespräche* alemán de 1688, el semanal *Journal des Sçavants* de 1665 en Francia o el *Philosophical Transactions* de la Real Sociedad Británica del mismo año— se adelantan hasta cuarenta años al primer periódico inglés, *The Daily Courant* (1702), y cien a *Le Journal de Paris* (1777), el primer francés (Masoliver, 1979). La influencia de la Literatura sobre la prensa cobra tal relevancia que, a modo de establecer competencia frente al *Journal des Sçavants*, el diario jesuita *Le Journal des Trévoux* (1712-1764) comienza a publicar críticas sobre libros. Poco después, entre 1730 y 1732, lo hace también el *Nouvelliste du Parnasse*, incluyendo cartas con el subtítulo ‘Reflexiones sobre las obras nuevas’ (Abril-Vargas, 2000).

En España se produce el mismo fenómeno:

“En cuanto al primero de los españoles que fue, descontada la Gaceta oficial, el Diario de Barcelona (1792), hoy decano de la prensa continental, no sea ocioso recordar que más de medio siglo de ventaja le sacó, precisamente, el Diario de los literatos de España que, con el subtítulo “en que se reducen a compendio los Escritos de los Autores Españoles, y se hace juicio de sus obras, desde el año MDCCXXXVII”, hasta 1742 dispensaron en siete tomitos los clérigos Juan Martínez Salafranca y Leopoldo Jerónimo Puig” (Masoliver, 1979: 20-21).

A partir del siglo XVIII la crítica adopta la valoración como una de sus funciones fundamentales, perdurando hasta la actualidad. En esta época, los criterios para elaborar una crítica se guían por las reglas “del buen gusto y la moral”, añadiendo como elementos relevantes la claridad, el rigor y los aspectos didácticos. Sin embargo, tanto el *Journal des Sçavants* como el *Diario de los literatos de España* terminan por cerrar a consecuencia de las polémicas que genera su crítica a obras de autores vivos. Pese a ello, tras su cierre, nacen una veintena de periódicos literarios que potencian la crítica (Abril-Vargas, 2000: 187-188).

Posteriormente, en 1751, las críticas se introducen en los periódicos y comienzan a escribirse bajo un criterio más riguroso, entendiéndose como un juicio maduro y responsable al servicio del arte. En palabras de Octavi Aguilera (1993):

“Ya en 1751, Gotthold Lessing, al introducir la publicación de la crítica a los periódicos, atribuye a la crítica un valor de juicio maduro y responsable al servicio del arte y basado en un conocimiento técnico muy completo. Comienza así la historia de la crítica –periodística, insisto- que opone su juicio al del artista, a la obra de arte, no según unos gustos personales, sino según unas reglas objetivas, rigurosas” (1993:102).<sup>3</sup>

Los cambios de siglo y el espacio logrado por la crítica en revistas y periódicos fomentan la aparición del folletón como un formato nuevo caracterizado por publicar las obras por entregas. El primero de ellos, propiedad de Emile Girardin, da voz a autores tan relevantes como Honoré de Balzac. Sin embargo, no es hasta finales de siglo cuando se considera la crítica alcanza su cima en la prensa (Abril-Vargas, 2000).

En España, en contraposición y tras haber sido especialmente prolífica con autores como Pardo Bazán, Galdós o Clarín, la crítica cultural queda prohibida por decreto de 28 de noviembre de 1936 durante la Guerra Civil y la dictadura franquista:

“Los contenidos sobre cultura —ni la propia vida cultural— apenas sí tenían existencia en las páginas de los diarios, y ni siquiera se contemplaban como sección. A mediados de los años sesenta, se empiezan a publicar algunas obras de escritores en el exilio, como María Zambrano, Rosa Chacel, Raúl J. Sender y Francisco Ayala. Es también el momento del boom de la literatura latinoamericana, y este despertar editorial propició el ejercicio y desarrollo, no desprovisto de censura, de la crítica literaria”. (Abril-Vargas, 2000: 190).

A partir de los años 60 y tras la muerte de Franco en 1975, la cultura recupera lentamente espacio en la prensa escrita. Su presencia se intensifica en los noventa, aunque especialmente en cuadernillos especializados y suplementos semanales (Abril-

---

<sup>3</sup> Traducción libre del catalán por parte de la investigadora de este trabajo.

Vargas, 2000). Sin embargo, toda esta recuperación se ve truncada con la expansión del entorno digital, donde son precisamente los géneros periodísticos argumentativos o de opinión los peores adaptados, reduciéndose a una simple transposición de los contenidos publicados en la versión impresa. La crítica literaria suele situarse, como en la prensa en papel, dentro de la sección de Cultura (Salaverría y Cores, 2005).

### **2.3. El cambio de paradigma: Periodismo y Comunicación en la web 2.0.**

A partir de la década de 1990, la convergencia digital y el avance de las nuevas tecnologías alcanzan las casas, suplantando servicios más antiguos como el teléfono o el fax. La ‘comunicación de masas’ enunciada por Denis McQuail en 1983 rompe su tradicional linealidad y se transforma en una ‘linealidad interactiva’ o ‘autocomunicación de masas’, donde los sujetos comunicantes ganan autonomía en un entorno que permite la participación colectiva, convirtiendo simultáneamente al usuario en emisor y receptor, evolucionando de un lector pasivo a un lectoautor activo (Castells, 2009; Jones, 2003).

Esta Comunicación Mediada por Ordenador (CMO, *Computer-Mediated Communication*) que tiene lugar en el ciberespacio supone un nuevo modelo de comunicación telemática, descentralizada, horizontal y sin jerarquías, capaz no solo de conectar otras redes, sino de transportar contenidos en los que convergen de forma interactiva medios audiovisuales y tipográficos (Jones, 2003; Moreno, 2001). Recientemente, con la aparición de aparatos portátiles, se ha añadido la ubicuidad como una característica inherente a este tipo de comunicación (Castells, 2009). Este modelo comunicacional es bautizado por O’Reilly (2005) como web 2.0:

“La nueva versión (2.0) de la web propone un entorno participativo, con autores y lectores entremezclados. Propone también a un receptor activo que busca, investiga, enlaza, hiperenlaza, opina, contesta, contrasta y crea contenidos a partir de otros ya existentes” (Caldevilla, 2009: 33).

La rápida expansión de Internet entre la audiencia ha supuesto el descenso de la lectura de prensa escrita en favor de los nuevos cibermedios, que se han visto obligados a encontrar un modo de subsistir, bien transponiendo sus contenidos a una plataforma web, bien creando nuevos, con fórmulas completamente adaptadas al nuevo entorno. Esta adaptación no consiste solo en un cambio de soporte, sino en la adopción de tres elementos integrados que caracterizan a la comunicación en Internet y en torno a los que se desarrolla el periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (Díaz-Noci, 2010):

- a) Hipertextualidad. Permite recorrer el texto interactivo sin un orden determinado, sino como el usuario prefiera (Sartori, 1997). De este modo, los diarios digitales trocean la información principal y añaden otros elementos complementarios, proporcionando varios hilos para obtener la información de forma transversal (López-Hidalgo, 2002). Por consecuencia, el hipertexto puede conducir a información dentro de la página —micronavegación— o fuera de ella —macronavegación— (Barón, 2009).
- b) Multimedialidad. El texto impreso se ve reemplazado por un formato que incorpora al unísono texto, animación o vídeo (Salaverría y Cores, 2005).
- c) Interactividad. Nivel en el que los usuarios participan y modifican el contenido y la forma del mensaje en tiempo real (Rubiera-Rodríguez, 2012).

La propia interactividad de la red, multipartidaria y pública (Jones, 2009), plantea la existencia de un usuario activo con capacidad creadora, un productor-consumidor simultáneo que ya auguraba Alvin Toffler en *The Third Wave* (1980) refiriéndose como ‘prosumidores’ a los consumidores involucrados en los procesos de producción —en el caso del presente trabajo, del contenido—. El concepto se ha adoptado y expandido en el nuevo entorno comunicacional, donde la frontera entre productores y consumidores de contenido se desvanece, y el consumidor adquiere ambos roles (Giurgiu y Barsân, 2008). Si bien Moreno (2008) o Castells (2009) utilizan el término ‘lectoautor’, la idea que subyace es común, refiriéndose a un lector inherentemente activo que “ya no se limita a escuchar atentamente el relato, sino que ha de participar en su construcción o, al menos, en su reconstrucción” (Moreno, 2008:105).

#### 2.4. La importancia del prosumidor en las comunidades online

La ‘autopista de la información’ permite que, dentro de una red global (*world-wide-web*), se generen comunidades virtuales, puntos de encuentro para creencias y prácticas comunes que unen a usuarios físicamente separados (Stone, 1991). Así, las redes sociales nacen como una herramienta que permite a los usuarios la creación e intercambio de contenido creado por ellos mismos (Kaplan y Haenlein, 2009), integrando un conjunto de normas sociales y comportamientos compartidos (Worrall, 2015).

Cabe preguntarse si esta autogestión y publicación activa, facilitada por plataformas en las que los individuos se agrupan, aportan y se comunican en función de sus intereses, se incluye dentro del periodismo ciudadano. De acuerdo a la literatura científica, el ‘periodismo ciudadano’ consiste en las “aportaciones informativas que los usuarios realizan por iniciativa propia a través de los medios de comunicación digitales” (Salvat y Paniagua, 2007: 228).

Si bien algunos autores lo conciben dentro del activismo, entendiéndolo como una actividad que realizan los usuarios para aportar a sus comunidades digitales (Sánchez-Guijaldo, 2017), otros remiten su origen a la desconfianza creciente de la ciudadanía hacia el periodismo tradicional, que habría pasado de contrapoder a la pérdida de su responsabilidad para con la sociedad (Salvat y Paniagua, 2007).

Esta idea es ratificada por Sarah, la crítica más popular de *Goodreads* —la plataforma objeto de estudio, una red social que permite a sus usuarios compartir sus lecturas y sus opiniones sobre ellas— en España:

“Por lo que sé, la mayoría de la gente que me sigue o quiere ser amigo/amiga mío/mía lo hace porque primero, no me tomo las cosas muy en serio y segundo, siempre digo lo que pienso en mis reseñas. Creo que es esto más que nada que atrae a la gente a páginas como *Goodreads*. Buscan opiniones sinceras y directas sobre libros, lo que no encuentran en periódicos y/o revistas especializadas” (Comunicación personal, 2018)<sup>4</sup>.

En contraposición al planteamiento de las redes sociales y el prosumo como elementos democratizadores (García-Alonso, 2006), algunos autores conciben esta actividad como un nuevo medio de producción que no necesita trabajadores en su sentido clásico: “en vez de que los trabajadores hagan cosas por los consumidores, gran parte del consumo

---

<sup>4</sup> Conversación completa disponible en *Anexos*.

actualmente implica que los consumidores hagan muchas cosas por sí mismos, y sin recibir un sueldo a cambio”<sup>5</sup> (Ritzer en Fuchs, 2011: 7).

El prosumo puede convertirse, así, en una opción para las grandes empresas y sus campañas de marketing, especialmente a partir de la emergencia de los *influencers*, usuarios que, por su estatus o reconocimiento por los clientes o la audiencia, tienen la capacidad de influir en colectivos concretos —nichos de mercado, desde una perspectiva comercial—, influyendo y cambiando sus opiniones (Santamaría y Meana, 2017). Así lo confirman los estudios sobre el consumo online, afirmando que un 55% de la población global consulta críticas en Internet antes de adquirir un producto (GOCR, 2017).

Las diferentes clasificaciones sobre estos *influencers* destacan la presencia del “crítico” como una tipología específica:

“Se les permite ofrecer su opinión personal evaluando y valorando. Resulta importante saber qué opinan aquellas personas que más pueden influir en la decisión de compra del público. Esto les hace sentirse valorados y escuchados, más responsables de lo que supone su rol, de manera que existirá una tendencia no solo a aportar comentarios de opinión más rigurosos, sino a desarrollar una mirada más amable y positiva hacia la propia marca afectando muy significativamente a los niveles de difusión y uso de la misma” (Santamaría y Meana, 2017: 458).

En el ámbito literario apenas se han realizado estudios al respecto. Si bien se parte de una base comprobada de que las críticas de usuarios afectan a las ventas de obras literarias en plataformas como *Amazon* (Chevalier y Mayzlin, 2006), Tabarés (2016) descarta la presencia de un sesgo comercial entre los *Booktubers* españoles, usuarios especializados en reseñar libros en la plataforma audiovisual *YouTube*, y que en ocasiones reciben las obras desde las propias editoriales. Esto abre un contexto en el que la confianza entre usuarios y su honestidad se posicionan presumiblemente como elementos centrales en el éxito e influencia de esta crítica realizada por usuarios-prosumidores.

## 2.5. Goodreads: intereses homogéneos en una red heterogénea

Dentro de la complejidad y heterogeneidad de intereses de los usuarios, la Literatura tiene un lugar dentro de las comunidades, manifestada primordialmente a través de la red social *Goodreads*, una plataforma online que permite a sus miembros compartir sus lecturas, sus críticas sobre ellas y comentarlas. Esta red se ha convertido, junto con *Amazon* —empresa a la que pertenece—, en la mayor web que permite a los usuarios escribir sus opiniones sobre obras literarias (Dimitrov, Zamal, Piper y Ruths, 2015), mezclando crítica y conversación (Nakamura, 2013). Con 75 millones de usuarios, más de dos billones de libros agregados y 77 millones de críticas prosumidoras desde su creación en 2007<sup>6</sup>, “*Goodreads* es la web más grande del mundo para lectores y recomendaciones literarias” (Goodreads, 2018a).

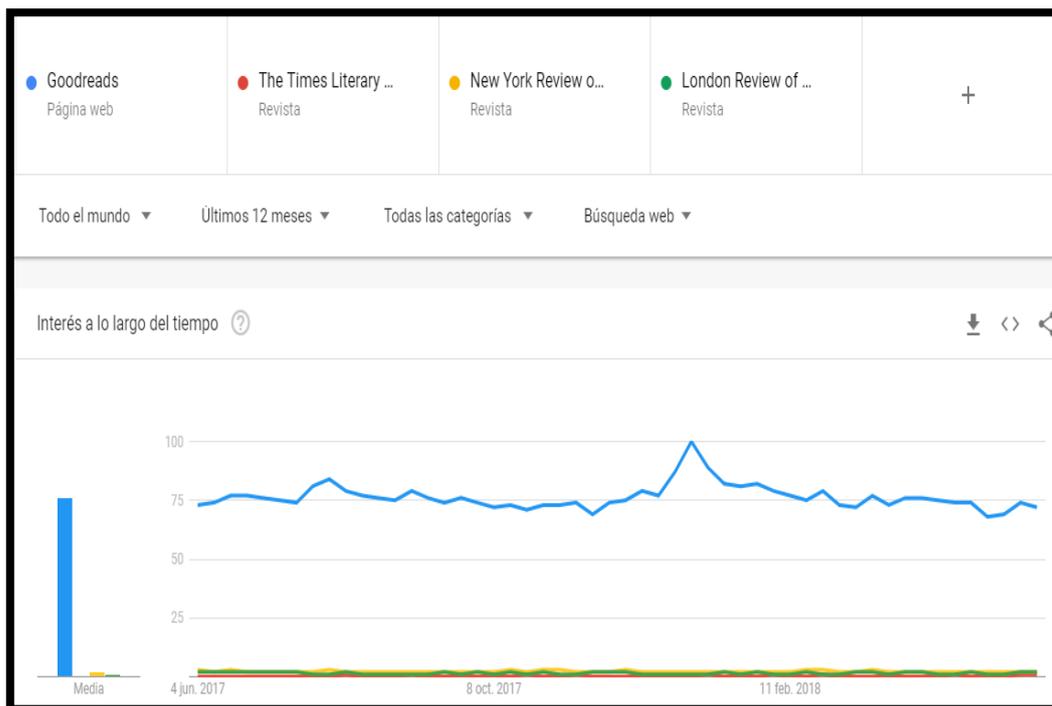
En concepto de búsquedas al año, el término ‘Goodreads’ es, en todas las categorías —es decir, sin filtrar por temas concretos—, consultado muy por encima de ‘The Times

---

<sup>5</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo

<sup>6</sup> Datos consultados el 09/06/18. Recuperados de: <https://www.goodreads.com/about/us?rel=nofollow>

Literary Supplement’, ‘New York Review of Books’ o el ‘London Review of Books’<sup>7</sup>, tres de los medios especializados en Literatura más populares del mundo (**Gráfico 1**).



**Gráfico 1.** Comparativa de popularidad de búsqueda online entre ‘Goodreads’, ‘The Times Literary Supplement’, ‘New York Review of Books’ y ‘London Review of Books’ global. Fuente: *Google Trends*.

*The Times Literary Supplement* se ha mantenido desde 1902 como “el semanario literario líder en el mundo”<sup>8</sup>, congregando a escritores y académicos de gran relevancia como Mario Vargas Llosa, Milan Kundera o Patricia Highsmith (*The Literary Supplement*, 2016).

Por su parte, *The New York Review of Books* se autodenomina como “la principal revista literaria-intelectual en la lengua inglesa”<sup>9</sup>, fundada en 1963 y que ha recogido también artículos de escritores como Truman Capote o Susan Sontag (*The New York Review of Books*, 2018).

Por último, el *London Review of Books*, fundado en 1979, se sitúa como “la revista líder en Europa de libros e ideas”<sup>10</sup> (*London Review of Books*, 2018). Sin embargo, los resultados que aportan las búsquedas en *Google Trends* arrojan luz sobre su pérdida de vigencia frente a *Goodreads* como plataforma especializada y prosumidora, vía alternativa a estos medios tradicionales.

La misma tendencia se aprecia delimitando el área de búsqueda a Estados Unidos (**Gráfico 2**) y a Reino Unido (**Gráfico 3**).

<sup>7</sup> Consultado en *Google Trends* el 04/06/18

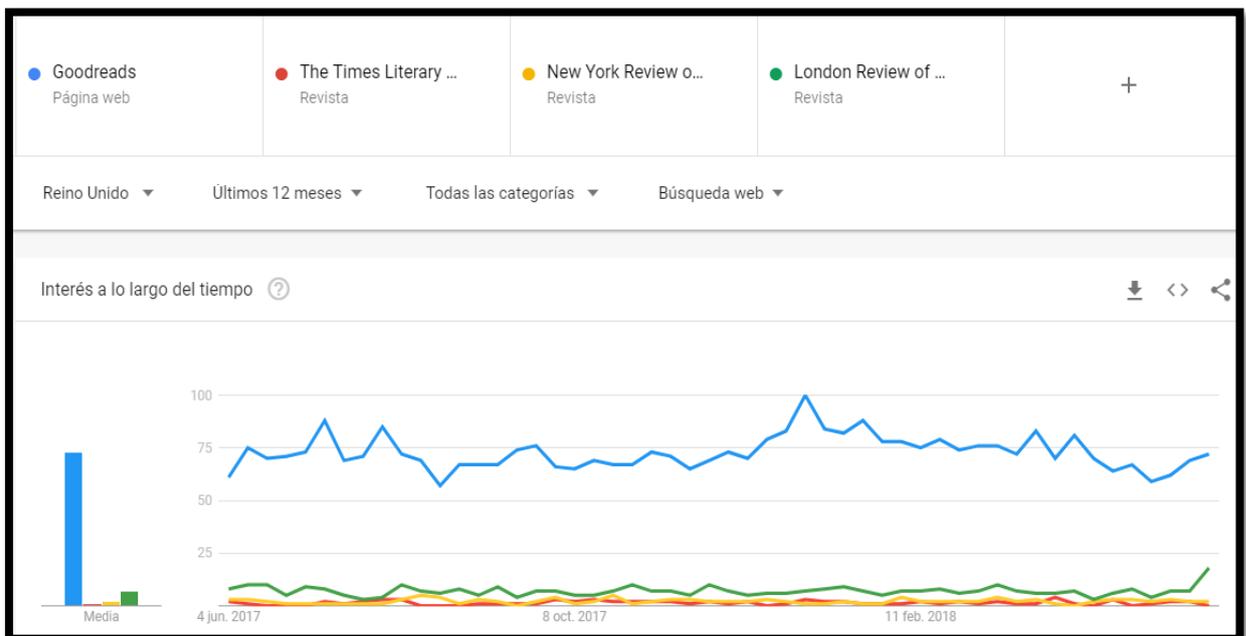
<sup>8</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo

<sup>9</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo

<sup>10</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo

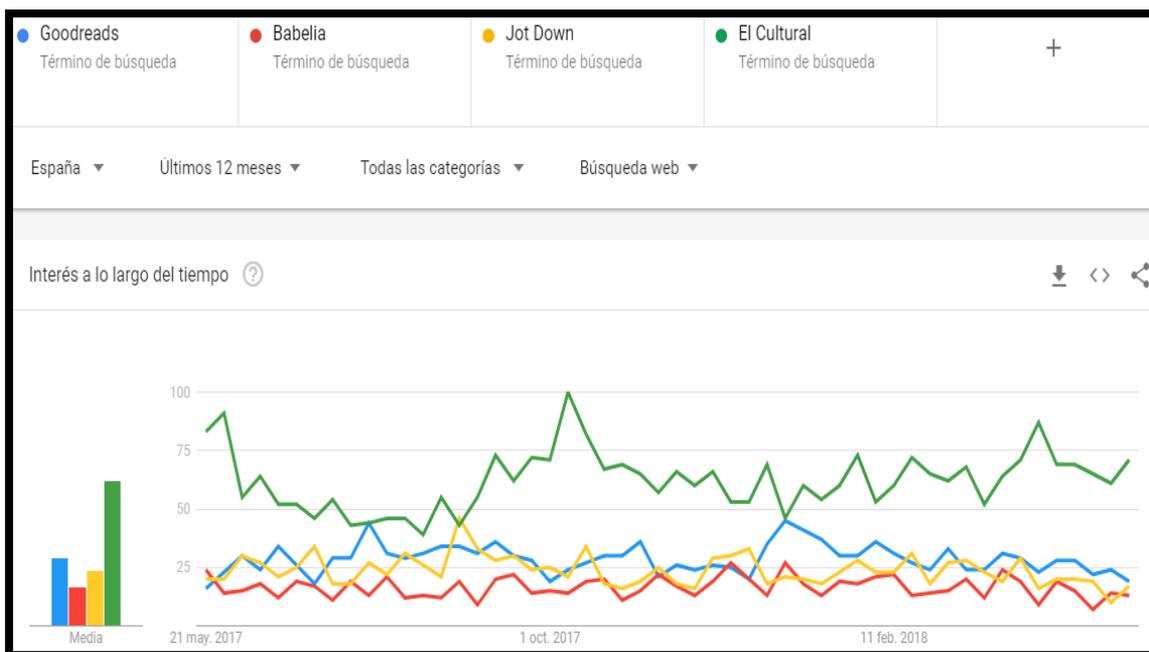


**Gráfico 2.** Comparativa de popularidad de búsqueda online entre ‘Goodreads’, ‘The Times Literary Supplement’, ‘New York Review of Books’ y ‘London Review of Books’ en Estados Unidos. Fuente: *Google Trends*.



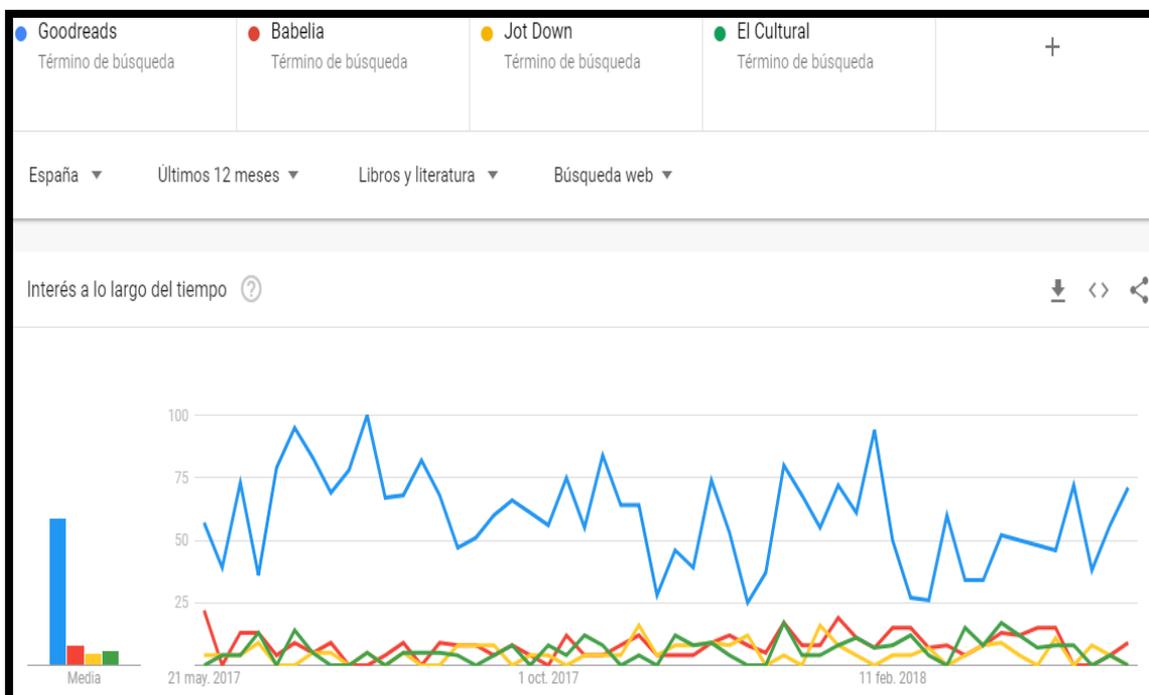
**Gráfico 3.** Comparativa de popularidad de búsqueda online entre ‘Goodreads’, ‘The Times Literary Supplement’, ‘New York Review of Books’ y ‘London Review of Books’ en Reino Unido. Fuente: *Google Trends*.

Este fenómeno también es visible en España, aunque en menor medida. El término ‘Goodreads’ es el doble de buscado que ‘Babelia’ —el suplemento cultural de *El País*— y ligeramente más que ‘Jot Down’, su revista cultural; si bien todos son ampliamente superados por ‘El Cultural’, de *El Mundo* (**Gráfico 4**).



**Gráfico 4.** Comparativa de popularidad de búsqueda online entre ‘Goodreads’, ‘Babelia’, ‘Jot Down’ y ‘El Cultural’ en España. Fuente: *Google Trends*.

Sin embargo, cuando la consulta se enmarca dentro de la categoría ‘Arte y literatura’ —teniendo especialmente en cuenta que ninguno de los suplementos o revistas mencionados contienen únicamente contenidos referentes a la Literatura, sino a otros ámbitos artísticos—, ‘Goodreads’ obtiene una preferencia mayoritaria (**Gráfico 5**).



**Gráfico 5.** Comparativa de popularidad de búsqueda online entre ‘Goodreads’, ‘Babelia’, ‘Jot Down’ y ‘El Cultural’ en España según el interés en ‘Libros y literatura’. Fuente: *Google Trends*.

Los pocos estudios realizados hasta el momento sobre la red social se centran en el análisis sociológico de sus usuarios, el entorno comunicacional y la evolución del libro y los hábitos de lectura. Los resultados presentan una conciencia de comunidad alta y valorada por parte de los usuarios como amistades e incluso equiparada a formar parte de una “taberna”, dando lugar a una conversación como la que podría darse tradicionalmente en un club de lectura. (Nakamura, 2013; Worrall, 2015).

Esta idea se replica actualmente entre los usuarios-prosumidores más populares a nivel nacional e internacional, con los que la investigadora del presente trabajo intenta contactar durante el estudio para obtener información de interés, al tratarse de un tema poco analizado y un enfoque novedoso.

De estas conversaciones, destaca que algunos de los perfiles valoran especialmente la pertenencia a la comunidad y el *feedback* con otros usuarios de gustos similares como algo que obtienen y que no podrían tener en su entorno real; otros añaden la sinceridad y honestidad del contenido prosumidor como elemento diferenciador que los aleja de la prensa y las revistas especializadas (comunicación personal, 2018)<sup>11</sup>.

No hay que olvidar, no obstante, que *Goodreads* conecta sus servicios con librerías y sitios de compra online como *Amazon* —que aglutina el 80% de las compras en Internet, (Stevens, 2017) —, por lo que integra sus servicios como comunidad lectora y comercio sin que el usuario se percate, lo cual, según Nakamura (2013), es la clave de su éxito: “*Goodreads* convierte al lector en trabajador, en un productor de contenido, y con ello extiende al público la labor de leer y socializar con los usuarios”<sup>12</sup> (2013: 241). En este sentido, dentro del 37% de la población que es activa en las redes sociales —alrededor de 2.8 billones de personas (Blackburn y Hitz, 2017)—, existe un pequeño número de ‘super-usuarios’ altamente activos en la red y con un gran número de libros leídos y seguidores (Thelwall y Kousha, 2016). Considerando que los comentarios en redes influyen a un 55% a la población global y a un 53% de españoles en su decisión de compra pero solo un 30% publica estas críticas —un 39% en España— (GOOCR, 2017; IAB, 2017), se presume que estos ‘super-usuarios’ acumulan un alto nivel de influencia.

La interconexión entre el gran número de usuarios en la aplicación, la influencia del prosumo y el aparente declive de la prensa tradicional, aun adaptada al entorno digital, abre un área de investigación extrapolable a otras redes. En este caso, permite plantear la existencia de una crítica prosumidora capaz de desplazar a la periodística, arrancándole su inherente capacidad persuasiva; incluso, la duda de si este nuevo contenido cumple las condiciones necesarias para ser profesional y confiable o si, por el contrario, los usuarios de Internet toman decisiones en base a opiniones sesgadas.

---

<sup>11</sup> Comunicación completa disponible en *Anexos*

<sup>12</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo.

### 3. Metodología

El presente trabajo se sustenta en un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo que recoge la información de modo estructurado y sistemático (Igartua y Humanes, 2014), encaminado a comprender y analizar detenidamente la aplicación *Goodreads*, que permite a sus usuarios compartir sus lecturas y publicar sus críticas sobre ellas, como medio alternativo que escapa del Periodismo tradicional y formado.

El análisis de contenido se considera adecuado para la presente investigación porque supone una técnica objetiva, sistemática, cuantitativa y cualitativa destinada a describir los contenidos manifiestos de la comunicación (Berelson en Martín Algarra, 1995; Kerlinger en Wimmer y Dominick, 2013). En este caso, se centra en examinar tanto los “significados” como los “significantes” (Igartua y Humanes, 2014) presentes en las críticas literarias publicadas en *Goodreads* por sus usuarios, con el objetivo de comprender su alcance y forma, respondiendo a las preguntas de investigación.

En definitiva, se pretenden estudiar las características del mensaje (Neuendorf, 2002) de modo que, a partir de los datos, puedan formularse “inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”<sup>13</sup> (Krippendorff, 1997: 28).

La investigación se combina con un análisis del discurso, que estudia y analiza las diferentes unidades presentes en las estructuras textuales (van Dijk, 1981). En concreto, del llamado ‘discurso digital’, relativo a aquel que sucede en la Comunicación Mediada por Ordenador, que difiere del tradicional tanto en su entorno como en las variaciones lingüísticas y sociolingüísticas que plantea, como la convergencia o lo simbólico —lo que sucede en el plano virtual— (Thurlow, Mroczek, 2011).

Por último, se añaden elementos considerados importantes a partir de una observación descriptiva del objeto de estudio que permite complementar y describir aquellos aspectos que puedan no quedar recogidos en la ficha de codificación pertinente.

#### 3.1. Muestra acotada y limitaciones

Siguiendo la idea de un análisis estructurado en categorías propuesto por Piñuel (2002), el estudio se divide en unidades de análisis, entendiéndose cada una como “el ‘elemento’ individual que es sujeto de estudio”<sup>14</sup> (Neuendorf, 2002: 13); en este caso, las críticas literarias seleccionadas y posteriormente sometidas a estudio. Asimismo, Wimmer y Dominick destacan como paso fundamental “seleccionar una muestra apropiada de la población” (2013:163).

Para este análisis se opta por acotar la muestra de estudio a un seguimiento del contenido publicado por los cinco críticos más populares de los últimos doce meses en la aplicación *Goodreads*. Estos son elegidos según un ranking proporcionado por la propia plataforma y público en su web<sup>15</sup> (Goodreads, 2018b), que elabora según el número de valoraciones positivas que las críticas de los prosumidores reciben por parte de otros usuarios.

La muestra se recoge en el mes de abril de 2018 por resultar el más cercano a la fecha de realización de esta investigación y, por tanto, el más sensible de representar la

---

<sup>13</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo.

<sup>14</sup> Traducción libre del inglés por parte de la investigadora de este trabajo.

situación actual del objeto de estudio que se analiza. En total, aún 113 unidades de análisis repartidos de forma desigual entre los autores-prosumidores, puesto que su frecuencia de publicación durante el mes es arrítmica y desigual.

El cese de actividad en la red social de la tercera usuaria más popular, Elyse, de Estados Unidos, supone su eliminación de la muestra, de manera que queda reemplazada por el siguiente usuario del ranking. Del mismo modo sucede con Ahmad Sharabiani, de Irán, y Mohammed-Makram, de Egipto. Ambos ocupan el segundo y el séptimo puesto, respectivamente, pero escriben en la lengua oficial de sus países, por lo que la lectura y codificación de sus contenidos resulta imposible para la investigadora.

Tras estas limitaciones, la muestra la conforman los cinco autores-prosumidores más populares salvando las excepciones anteriormente justificadas. En concreto, la audiencia que abarcan estos perfiles escala desde los casi 800 a los 80.000 seguidores (Goodreads, 2017), y con unas valoraciones positivas por otros usuarios desde las 35.000 a las 126.000 (Goodreads, 2018)<sup>16</sup>.

- Prosumidor A. Emily May, británica, se sitúa como la primera en el ranking de críticos populares de *Goodreads*. Según los datos recabados a partir de su perfil público y la red social, cuenta con más de 80.000 seguidores (Goodreads, 2017). Ha publicado 1.450 críticas desde 2010, fecha en la que abre su cuenta, y ha recibido más de 419.000 valoraciones positivas de los usuarios. Su media de lectura anual es de 424 libros. Además de escribir en *Goodreads*, tiene perfiles en otras redes sociales y un blog personal. El contenido que publica en todas ellas está también relacionado con la literatura, aunando una gran cantidad de seguidores –casi 4.000 en *Twitter*, 7.000 en *Instagram*, 8.000 en *YouTube* y 9.000 en *Facebook*-. Profesionalmente ocupa un puesto como lectora-beta, cuya labor se centra en leer una obra previa a su publicación para mejorar aspectos tanto gramáticos como narrativos.
- Prosumidor B. La segunda crítica, estadounidense, solo se refiere a sí misma como ‘Val’ y no detalla ningún aspecto de su vida personal o profesional. Cuenta con más de 6.500 seguidores<sup>17</sup> y desde 2012 ha leído 309 libros de media anual y publicado más de 1.200 críticas. En total, ha sido valorada positivamente con más de 267.000 votos. Además, tiene perfiles en otras redes sociales, entre las que destacan *Instagram*, con más de 21.000 seguidores, y *Facebook*, con más de 3.000. Todos ellos están dedicados a la literatura.
- Prosumidor C. Lola, canadiense, no detalla cuántos seguidores tiene, pero según la plataforma, ha aceptado a más de 800 ‘amigos’, es decir, personas a quienes permite una comunicación más cercana y que le pueden enviar mensajes. Es estudiante universitaria especializada en Arte, Historia y Antropología. Desde 2012 ha publicado más de 1.200 críticas y leído casi 300 libros al año, con un total de casi 142.000 votos positivos de otros usuarios. Su perfil destaca también sus otras redes sociales y blog personal, en los que enlaza su actividad en *Goodreads* y transcribe los mismos contenidos, con una afluencia de más de 3.000 seguidores en el blog y 1.500 en *Twitter*.

---

<sup>16</sup> Datos redondeados y consultados el 04/06/18. Ranking oficial y perfiles recuperados de: [https://www.goodreads.com/user/best\\_reviewers?country=all&duration=y](https://www.goodreads.com/user/best_reviewers?country=all&duration=y)

<sup>17</sup> Dato obtenido por comunicación personal disponible en *Anexos*

- Prosumidor D. Karen Brissette tampoco detalla ni sus seguidores ni aspectos personales o profesionales, si bien la plataforma indica que es estadounidense, tiene cerca de 5.000 ‘amigos’ y ha recibido más de 267.000 votos positivos de otros usuarios. Desde 2007 ha leído más de 400 libros de media y publicado casi 3.000 críticas. Aunque desde su perfil público de solo enlaza a un blog personal, a través de este se puede acceder a su perfil de *Twitter*, que dedica únicamente a compartir sus lecturas de *Goodreads*, pero en cuya biografía detalla que trabaja para prensa especializada en literatura como *La Review of Books* y otras plataformas relacionadas como *Novelist List RA* y *Riffle*.
- Prosumidor E. Lo único que se desprende del perfil público del último prosumidor, que ni siquiera adjunta fotografía o descripción personal, es su nombre, Paromjit, y su lugar de residencia, Reino Unido. Los datos del ranking indican que, desde 2015, ha leído casi 1.000 obras y publicado cerca de 900 críticas, con una media de 315 libros al año. Tampoco muestra los seguidores, pero sí que ha aceptado a 1.500 ‘amigos’ y recibido más de 63.000 valoraciones positivas de otros usuarios.

### 3.2. Tabla de análisis: 5 categorías de estudio, 67 variables y subvariables

El análisis de contenido sobre la muestra descrita se realiza a partir de una ficha de codificación de elaboración propia en base a las propuestas y conceptos de Abril-Vargas (2002); Martínez Albertos (1991); Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría (2010); y Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský y Holzinger (2013). Esta pretende servir para codificar el contenido de acuerdo a definiciones estandarizadas (Wimmer y Dominick, 2013).

La ficha (**Tabla 1**) se divide en cinco categorías diferenciadas de análisis y 67 variables y subvariables que tratan de responder a los objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación:

1. Ficha técnica. Incluye los datos generales sobre la obra —título, autor, género y target— y la codificación de la unidad de análisis —fecha de publicación, idioma y fecha de codificación—.
2. Autor-prosumidor. Comprende todo aquello relativo al perfil del usuario, tanto de sí mismo —nombre, nacionalidad, antigüedad—, como de su actividad en la red social —críticas publicadas, libros leídos, valorados, puntuación media, perfil en otras redes sociales—, y de su audiencia —seguidores, puesto en el ranking de popularidad y valoraciones positivas recibidas—.
3. Crítica periodística. En este apartado se refieren todos los aspectos relativos al contenido desde la perspectiva de la crítica periodística tradicional. Se recoge, pues, si se remiten aspectos positivos y negativos de la obra, si se presenta o hace referencia al autor, a la obra o su producción anterior o si se emplean argumentos. Asimismo, incluye variables de estilo —recursos literarios, adjetivación, ironía, etc. —, y de formatos tipográficos.<sup>18</sup> Por último, prevé subvariables respecto a la presencia de sesgo, referencias a la experiencia personal del autor con el libro —por ejemplo, que explique dónde, cómo o por

---

<sup>18</sup> Aunque se prevee una subvariable que recoge la presencia de Ficha Técnica, esta se considerará cumplida el 100% de las ocasiones, ya que *Goodreads* permite consultar los datos técnicos de las obras de manera independiente dentro la plataforma.

- qué lo adquirió—, y a la opinión del autor con respecto al tema de la obra —si aprovecha la crítica para verter sus ideas o lanzar mensajes sobre las mismas—.
4. Discurso digital y narrativa multimedia. Incorpora los aspectos que proporciona el nuevo paradigma, tanto a nivel de contenido —presencia de hipertexto, elementos multimedia o interacción—, como conversacionales —gramática informal o incorrecta, uso de abreviaciones y uso de jerga—. Estos últimos se denominan “Ruido” en base al estudio de Petz, Karpowicz et al. (2013), que definen bajo dicho término la falta de corrección de los textos generados por los usuarios. De forma específica, se añade “aviso de *spoiler*” como una subvariable que se refiere a la advertencia del autor sobre posibles contenidos que desvelen partes vitales o secretas del argumento de la obra.
  5. Interacción. Este último apartado recoge la reacción expresada por los usuarios en los comentarios de la crítica en dos sentidos: un primero sobre si apelan a la “honestidad” del autor-prosumidor al expresar su opinión —en contraposición con la “desconfianza” manifestada por los usuarios frente a los medios tradicionales (comunicación personal, 2018; Salvat y Paniagua, 2007) —; y una segunda sobre si manifiestan haber tomado una decisión de leer o comprar la obra —o de no hacerlo— en base a la crítica publicada.

En conjunto, esta metodología busca analizar si el contenido realizado por prosumidores, en este caso críticas literarias, responde a las características del periodismo especializado, en qué nivel de calidad se encuentra y si, frente a él, el Periodismo se encuentra ante un fenómeno que amenaza la puesta en valor de su trabajo profesional en favor de las contribuciones de los usuarios, en este caso sujetos al género de la crítica periodística, pero que puede considerarse como un efecto extrapolable a otros contenidos.

TABLA 1. ANÁLISIS DE CRÍTICAS PROSUMIDORAS				
CATEGORÍA 1. FICHA TÉCNICA				
Título del libro				
Autor del libro				
Género del libro				
Target del libro				
Fecha de publicación del post				
Idioma del post				
Fecha de codificación				
CATEGORÍA 2. AUTOR-PROSUMIDOR				
Nombre de usuario				
Nacionalidad				
Antigüedad en la web				
Número de seguidores				
Número de críticas publicadas				
Número de libros leídos				
Número de libros valorados				
Puntuación media de libros valorados				
Media de libros leídos al año				
Puesto en el ranking de popularidad				
Likes totales recibidos				
Perfiles en otras redes sociales				
CATEGORÍA 3. CRÍTICA PERIODÍSTICA				
		CUMPLIMIENTO	OBSERVACIONES	
CARACTERÍSTICAS	Referencias a la experiencia o proceso personal de lectura			
	Opinión personal sobre temas de la obra			
	Referencia o resume la obra			
	Presencia de sesgo			
	Veredicto	Aspectos positivos		
		Aspectos negativos		
ESTRUCTURA	Título			
	Ficha técnica			
	Cuerpo del texto	Referencia al autor		
		Relaciona la obra con su producción anterior		
Emplea argumentos				
ESTILO	Presencia de recursos literarios			
	Adjetivación			
	Ironía y sarcasmo			
	Falta de contexto			
	Conocimiento implícito del tema			
	Voz narrativa			
FORMATOS TIPOGRÁFICOS	Negrita			
	Cursiva			
	Tachado			
	Subrayado			
CATEGORÍA 4. DISCURSO DIGITAL Y NARRATIVA MULTIMEDIA				
		CUMPLIMIENTO	OBSERVACIONES	
"RUIDO"	Gramática informal o incorrecta			
	Uso de abreviaturas			
	Uso de jerga			
	Aviso de <i>spoiler</i>			
ELEMENTOS	Hipertexto	Micronavegación		
		Macronavegación		
	Multimedia	Fotografía		
		Vídeo		
		GIF		
		Memes		
		Emoticonos		
	Interactividad	Likes		
		Comentarios		
		Viralidad		
CATEGORÍA 5. INTERACCIÓN				
		CUMPLIMIENTO	OBSERVACIONES	
Usuarios apelan a la "honestidad" del autor-prosumidor en comentarios				
Usuarios apelan haber decidido leer o descartar la obra en base a la crítica				

Fuente: elaboración propia a partir de Abril-Vargas (2002); Barón (2009); Martínez Albertos (1991); Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría (2010); y Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský y Holzinger (2013).

## 4. Resultados

Tras realizar la metodología y el trabajo empírico, los resultados del análisis se presentan por apartados según las categorías expuestas en la ficha de codificación. La explicación se acompaña de gráficos que destacan las variables más relevantes para el cumplimiento de los objetivos y la comprobación de las hipótesis y preguntas de la investigación. En los casos que por su importancia lo requieren, se muestran los resultados tanto generales como individuales, es decir, por autor-prosumidor, apreciándose así las diferencias entre ellos. Los porcentajes se encuentran redondeados.

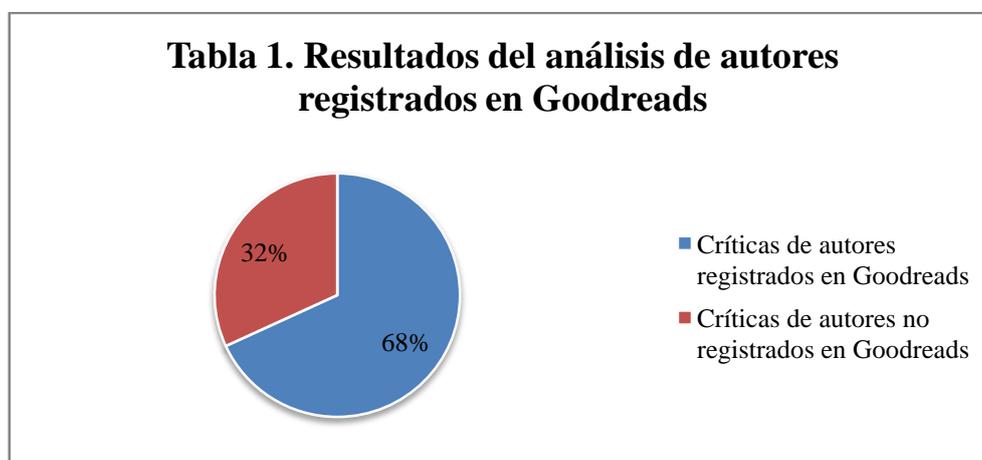
La exposición de resultados se complementa con ejemplos ilustrativos extraídos de las unidades de análisis para aclarar y facilitar su comprensión, todos ellos transcritos por la autora de la investigación a partir del inglés.

### 4.1. Autores, géneros y *targets*: primeros indicios de subjetividad

El análisis parte desde la posición, como se menciona en el marco teórico, de que no existe sesgo comercial, línea editorial o público nicho que determine los libros que cada autor-prosumidor escoge.

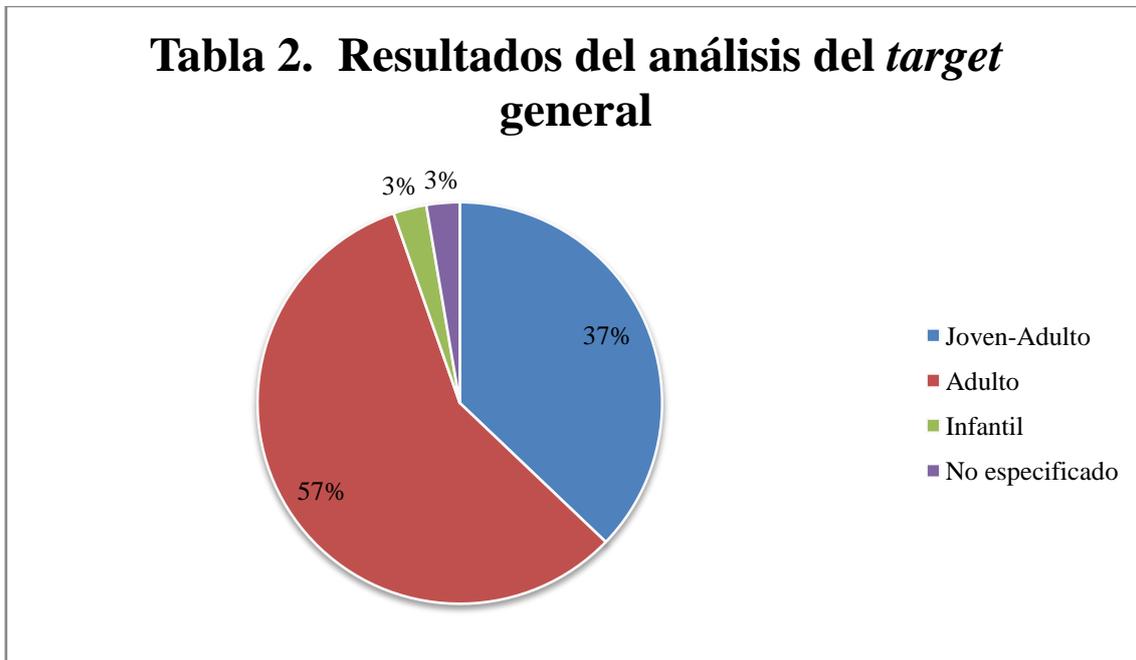
Respecto a los resultados generales de autores, cabe señalar que la mayoría de las 113 unidades analizadas, un 68%, pertenece a obras cuyos escritores están también registrados en la plataforma (**Tabla 1**). Mediante la observación complementaria, destaca que no se trata de obras o autores menores, sino que, en muchos casos, son figuras de referencia del mundo de la cultura y las artes los que han acudido a *Goodreads* como prosumidores, bien para compartir sus lecturas y opiniones, bien para responder de forma directa a las preguntas de sus seguidores. Algunos ejemplos son los de Patti Smith, famosa cantautora que ha recibido un Globo de Oro, miembro desde 2015, o Kiersten White, autora *best-seller* en *The New York Times*, activa desde 2009.

Esta presencia de los autores y su conversación directa con la audiencia resulta especialmente reseñable porque ilustra el cambio de paradigma y el uso de herramientas digitales que hacen desaparecer las barreras entre emisor y receptor en detrimento de la figura del periodista, que tradicionalmente ejerce como mediador en la comunicación entre ambas figuras. Se trata de una idea previamente resaltada por la Prosumidora B, destacando que esta comunicación directa es algo que diferencia *Goodreads* de los periódicos y que valoran especialmente los usuarios (comunicación personal, 2018).



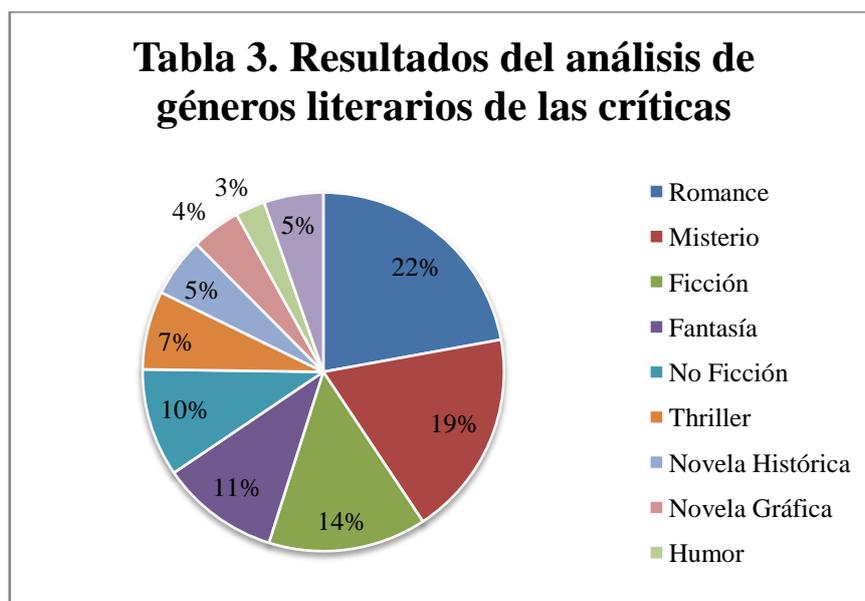
Fuente: elaboración propia

Con respecto al *target* y al género, los libros destinados a una edad adulta son los más frecuentes —un 57% del total—, seguidos por el público joven-adulto —37%—. Del total de 113 críticas, solo 3 son de libros infantiles, el mismo número de aquellas cuyo *target* no se especifica (**Tabla 2**):



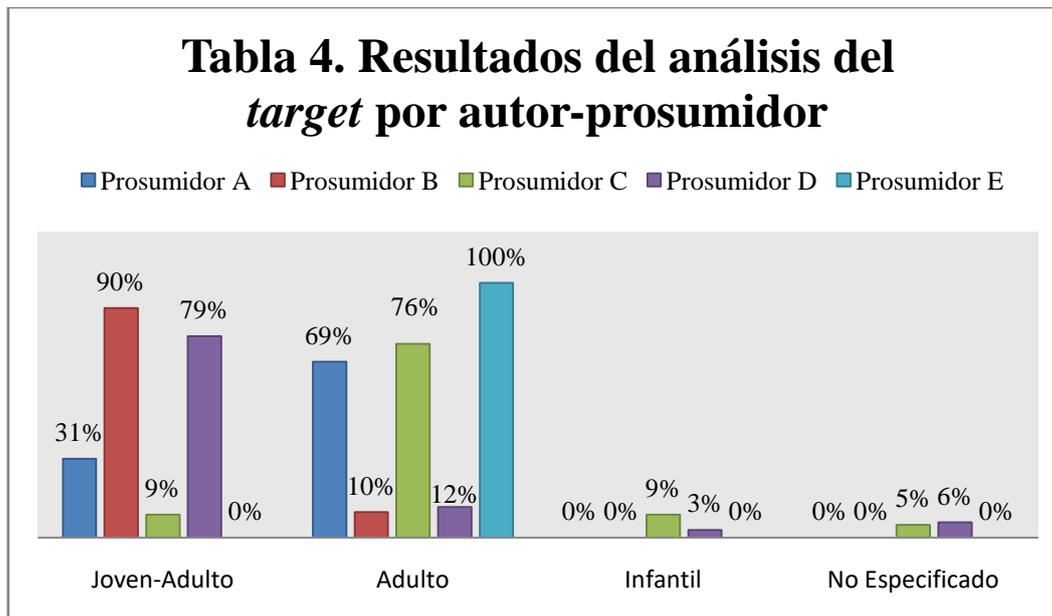
Fuente: elaboración propia

Los resultados se fragmentan ampliamente en el análisis general de los géneros literarios presentes en las críticas. Un 22% corresponde al género romántico, seguido de un 19% de obras de misterio, un 14% de fantasía y un 11% de ficción. De las 113 críticas, solo una trata un libro de poesía —incluido en el apartado “Otros” —; géneros como la novela histórica —5%— o la novela gráfica —4%— ocupan un segundo plano (**Tabla 3**):



Fuente: elaboración propia

En el análisis individual se aprecia una mayor fractura por autor-prosumidor, indicando una preferencia particular de cada uno de ellos hacia uno o varios géneros y *targets* en específico (**Tabla 4**):



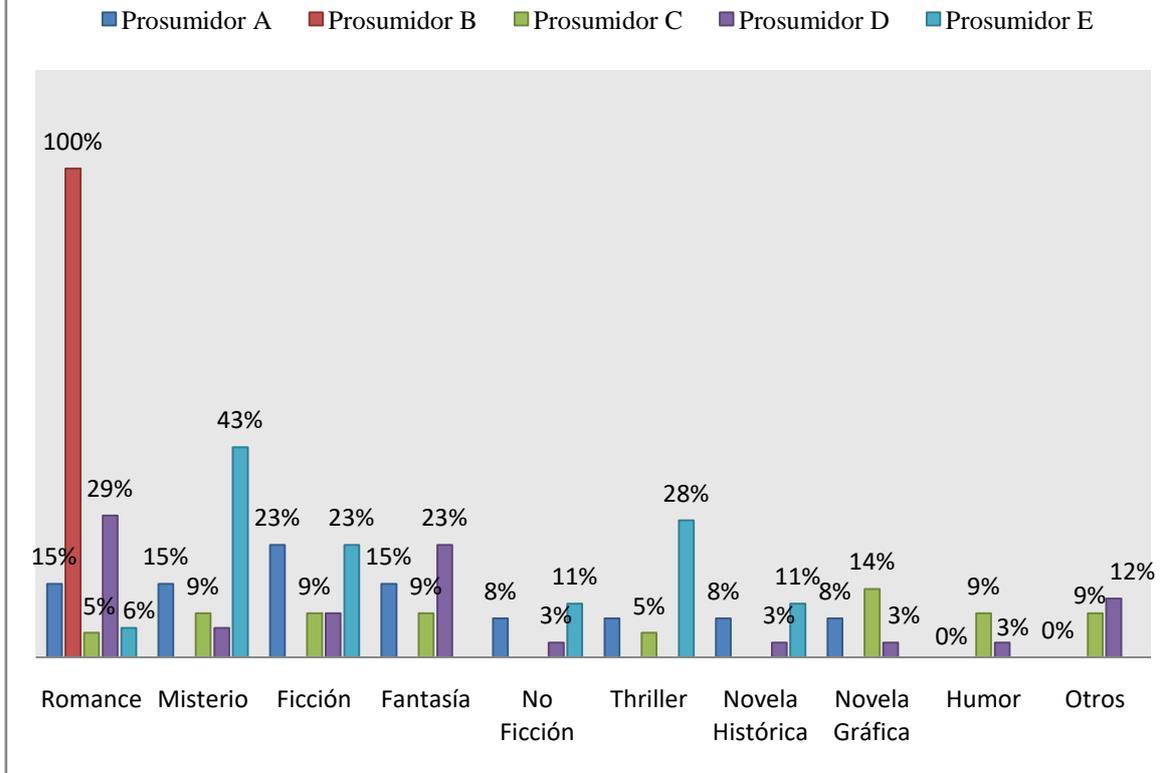
Fuente: elaboración propia

Mientras que las críticas de las Prosumidora C y D, en el tercer y cuarto puesto de popularidad respectivamente según el ranking, son las que más *targets* abarcan —de forma desproporcional—, las de las Prosumidoras A y B, primera y segunda, solo tratan dos: Joven-Adulto y Adulto. Por último, las críticas del Prosumidor E solo abarcan obras destinadas a adultos.

Observando los resultados del análisis individual de los géneros literarios (**Tabla 5**), las Prosumidoras A, C y E —Emily, Karen y Lola— son las que más variedad presentan. En contraste, la Prosumidora B únicamente trata obras de género romántico. En el caso del Prosumidor D, pese a que incluye una amplia variedad de géneros, existe una diferenciada preferencia por el Misterio.

Esta fragmentación indica un punto de partida presumiblemente subjetivo: pese a no existir *a priori* un sesgo de carácter comercial o de línea editorial, los autores-prosumidores escogen las lecturas en base a sus preferencias. Sin embargo, si puede interpretarse como una predisposición a la parcialidad, también puede indicar cierto grado de especialización o experiencia que los convertiría, en apariencia, en críticos más capaces, incluso expertos, para con las obras que analizan.

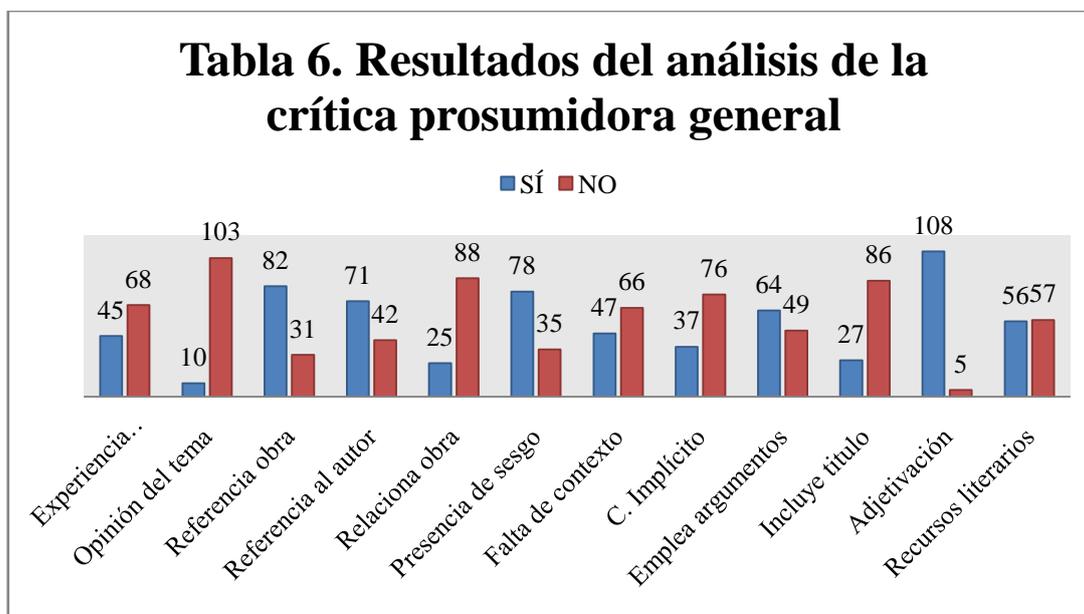
**Tabla 5. Resultados del análisis de géneros literarios por autor-prosumidor**



Fuente: elaboración propia

#### 4.2. Características de la crítica prosumidora y su semejanza con la periodística

Los resultados arrojados por el análisis de contenido en cuanto a la crítica periodística (tabla 6) reflejan un contenido que cumple la mayoría de los requisitos de la crítica profesional en cuanto a estructura; sin embargo, presentan un alto nivel de sesgo y argumentos subjetivos. Muchos de ellos se complementan con la experiencia personal de lectura del autor-prosumidor. En un análisis más individual, se presentan grandes diferencias entre los perfiles analizados (Tabla 7).



Fuente: elaboración propia

La mayoría de los contenidos referencian o resumen la obra —un 72.5% del total—, y hacen lo mismo con el autor —un 63%—. Aunque solo un 24% de críticas contiene título, generalmente en forma de frase informativa, a modo de titular reportajeado o con una cita que sirve de entradilla separada del cuerpo del texto, puede concluirse que los contenidos analizados cumplen con los principales requisitos de la crítica respecto a la estructura.

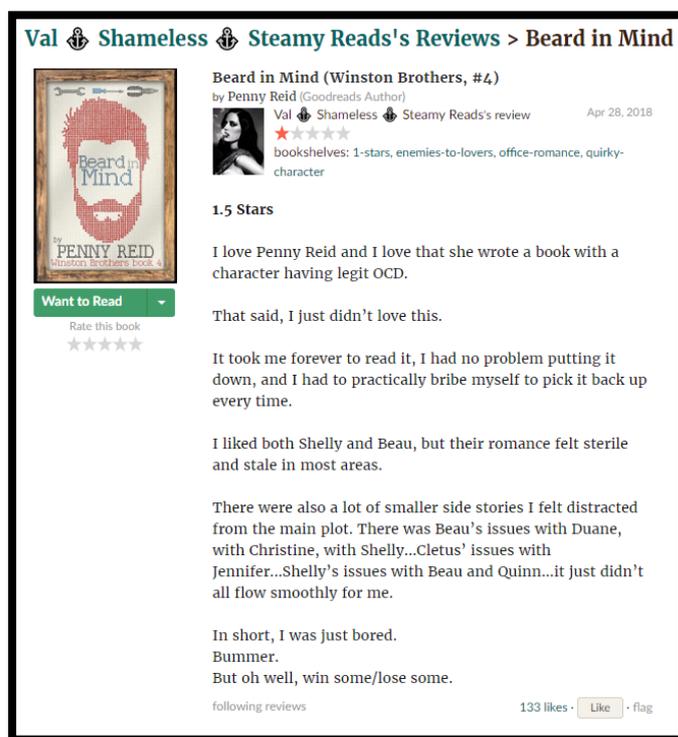
También lo hacen en el ámbito del estilo: un 95.5% de las piezas contienen adjetivación, aunque solo el 49.5% incluye recursos literarios, generalmente metáforas y exageraciones (**Ejemplo 1**):

*“(...) Este libro hace que los camiones de comida parezcan diez veces más deliciosos que los restaurantes. Admito que nunca había visto su valor antes. Una pena que no haya ninguno en mi vecindario, porque ahora mismo tengo un ansia imposible de ignorar” (Prosumidora D en The way you make me feel, 2018).*

This book makes food trucks look ten times more delicious than restaurants. I admit I never saw their worth before. It's too bad there aren't any in my neighbourhood because I have a craving impossible to ignore right now.

**Ejemplo 1.** Fuente: Goodreads.com

La tónica se rompe al observar la exposición de ideas de las críticas. Si bien se parte de un dato alto pero minoritario como la falta de contexto, que abarca un 41.5% de los contenidos, las cifras crecen al abordarse el sesgo, presente en un 69% del total. Pese a que una mayoría, no con un extenso margen —el 57%—, presentan argumentos, estos a menudo remiten a la elección personal, recayendo en el sesgo anteriormente mencionado. Un ejemplo es el de la Prosumidora B (**Ejemplo 2**), la autora-prosumidora que proporcionalmente más críticas sesgadas publica (**Tabla 7**).



**Ejemplo 2.** Fuente: Goodreads.com.

*“1.5 estrellas. Adoro a Penny Reid y que escribiera un libro con un personaje que padece TOC<sup>19</sup> de verdad. Dicho esto, la verdad es que no me ha encantado. Me llevó una infinidad leerlo, no he tenido problema en dejarlo, y prácticamente he tenido que sobornarme para volver a cogerlo. Me gustaron tanto Shelly como Beau, pero su romance se sentía estéril y estancado en la mayoría de las áreas (...) En resumen, simplemente me aburría. Un chasco (...)”.* (Prosumidora B en *Beard in Mind*, 28/04/18).

En este caso, la Prosumidora B, Val, presenta una serie de razones por las que no considera merecedora a la obra de una buena valoración —historias paralelas que la distraen del argumento principal, un romance mal planteado por la autora, etc. —; sin embargo, todas ellas recaen en un subjetivismo absoluto que reconoce al final, admitiendo que se aburría y que, para ella personalmente, las cosas “no fluían”, por lo que hay un claro sesgo.

Esta crítica sirve también para ejemplificar aquellas publicaciones en las que no se explica el contexto —un 41.5%— y se habla conociendo implícitamente el tema de la obra —un 33%—, aludiendo casi más a los que ya han leído el libro que a los potenciales lectores. Quizá es esta experiencia personal la que basta para la audiencia,

<sup>19</sup> Abreviatura para Trastorno Obsesivo-Compulsivo.

que la recompensa con 133 valoraciones positivas, si bien solo está presente en cerca de un 40% del contenido total analizado.

Fruto de la observación complementaria de la investigación y en relación con lo anterior llaman la atención casos excepcionales en los que algunos autores-prosumidores admiten no haber terminado una obra y, sin embargo, emiten su opinión sobre ella (**Ejemplo 3**):

*“(…) Habría estado bien si no me hubiese hecho sentir desconectada de los personajes. Insisto, están bien, pero no me importa lo bastante como para imaginarme a mí misma en su situación, e intento hacerlo tanto como puedo para entenderlos mejor e, insisto, ‘conectar’.*

*Quizá le dé otra oportunidad en el futuro. Quizá no. De todos modos, está No Terminado<sup>20</sup> al 25% por ahora”* (Prosumidora D en Far From the Tree, 11/04/18).

It would have been fine if it hadn't made me feel disconnected from the characters. Again, they're alright, but I couldn't care enough to imagine myself being in their situation and I try as much as I can to do that in order to understand them better and, again, \*connect\*.

I might give this another try in the future. Or I might not. Anyways, it's a DNF at 25% for now.

**Ejemplo 3.** Fuente: Goodreads.com

Algunos autores-prosumidores también derivan su crítica al emitir una opinión personal sobre el tema que trata o incluso contar algún aspecto de su vida personal. Se trata de otra excepcionalidad, solo presente en un 9% de las críticas, pero con especial prevalencia en una de las usuarias, Lola, la Prosumidora D (**Ejemplo 4**).

*“(…) Porque aún hay mucha gente LGBTQ+ que no se siente segura haciendo pública su relación con su pareja, y siendo así ella misma. Aunque pertenezco a los que opinan que como sociedad estamos yendo en la buena dirección a pesar de este problema, aún queda trabajo que hacer”* (Prosumidora D en Annie on my mind, 06/04/18)

Because there are still too many LGBTQ+ people who do not feel safe bringing their relationship with their significant other into the open, and thus being their true selves. Though I'm of the opinion that we as a society are going in the right direction with regards to these issues, there is still work to be done.

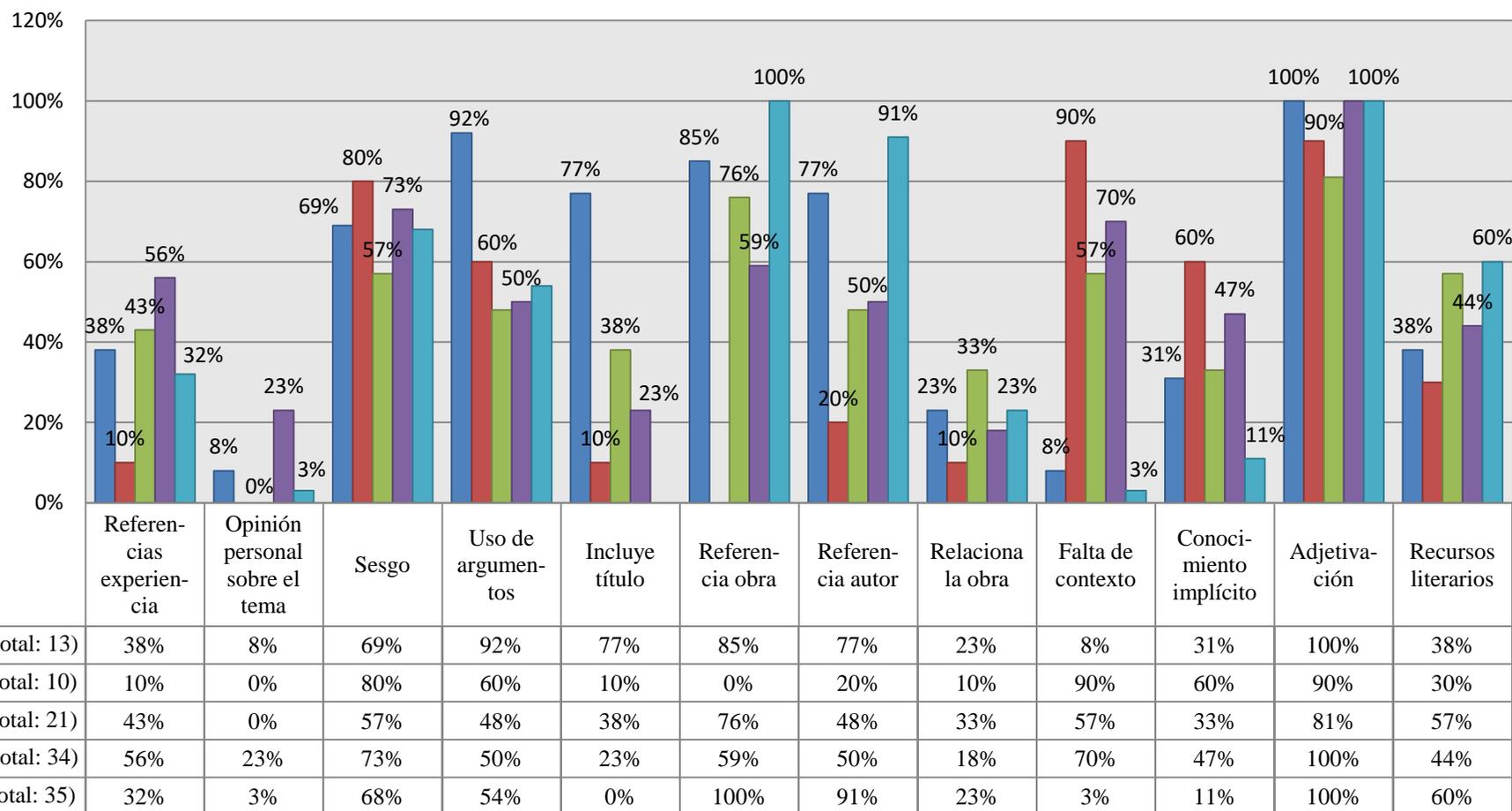
**Ejemplo 4.** Fuente: Goodreads.com

<sup>20</sup> En su versión original corresponde a las siglas DNF, Did Not Finish.

Atendiendo a los datos individuales según cada autor-prosumidor (**Tabla 7**), se observa una gran diferencia. Las críticas de la Prosumidora A son las que más argumentos aportan y, a su vez, más subjetivos y más sesgo acarrear, pese a que la forma es la más correcta y la que más se asemeja a la periodística —según las variables establecidas en la metodología: referencias al autor, a la obra, ficha técnica, uso de adjetivación y recursos literarios, etc. —; le sigue el Prosumidor E, que sin embargo también se caracteriza por un sesgo similar —68%—.

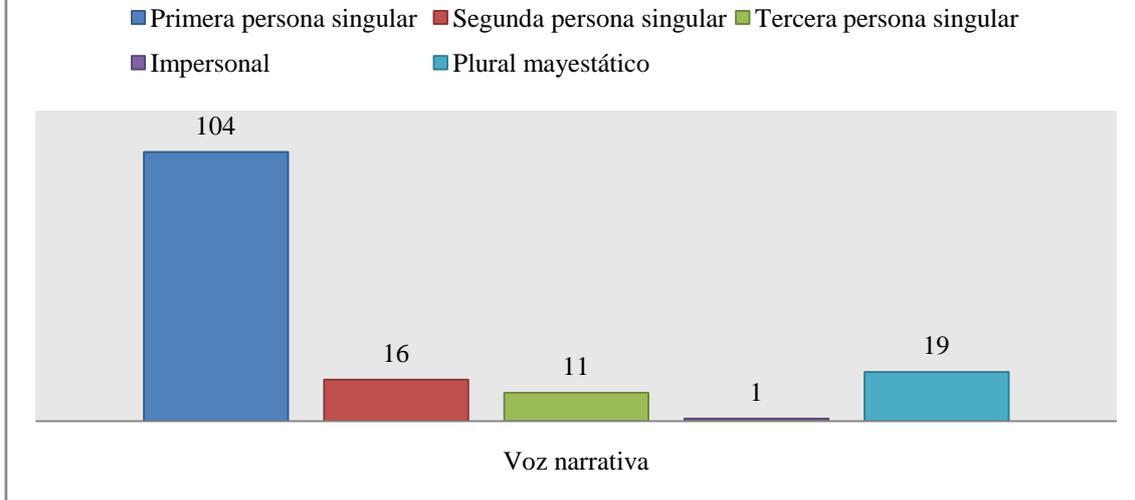
En el otro extremo, la Prosumidora B es la publica contenido más alejado del criterio periodístico. Solo presenta razones para apoyar sus opiniones en un 60% de los casos, con un 80% de sesgo total. Prima la falta de contexto —un 90%—, el conocimiento implícito de los temas sobre los que tratan las obras —60%— y destacan por su ausencia las referencias a la obra, así como al autor, que solo se producen en un 20% del contenido.

**Tabla 7. Resultados del análisis de la crítica prosumidora por autor-prosumidor**



Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8. Resultados del análisis de la voz narrativa**



Fuente: elaboración propia

Si bien la crítica prosumidora analizada cumple en mayor o menor medida los elementos estructurales que identifican a la periodística, cabe destacar la evidente personalización de los contenidos. Si antes se afirmaba que casi un 40% de críticas hacían referencia a la experiencia personal o al proceso de lectura particular del autor-prosumidor, se puede confirmar también un amplio espectro de subjetividad en la voz narrativa. Un 89% de las críticas emplean la primera persona del singular, mientras que solo una de las 113 analizadas se narra de forma impersonal. A esto se añade el solapamiento, en múltiples ocasiones, de varias voces en una misma publicación, que puede indicar una falta de formación, rigurosidad o de cuidados en la calidad final de la pieza.

### 4.3. Discurso digital y narrativa multimedia

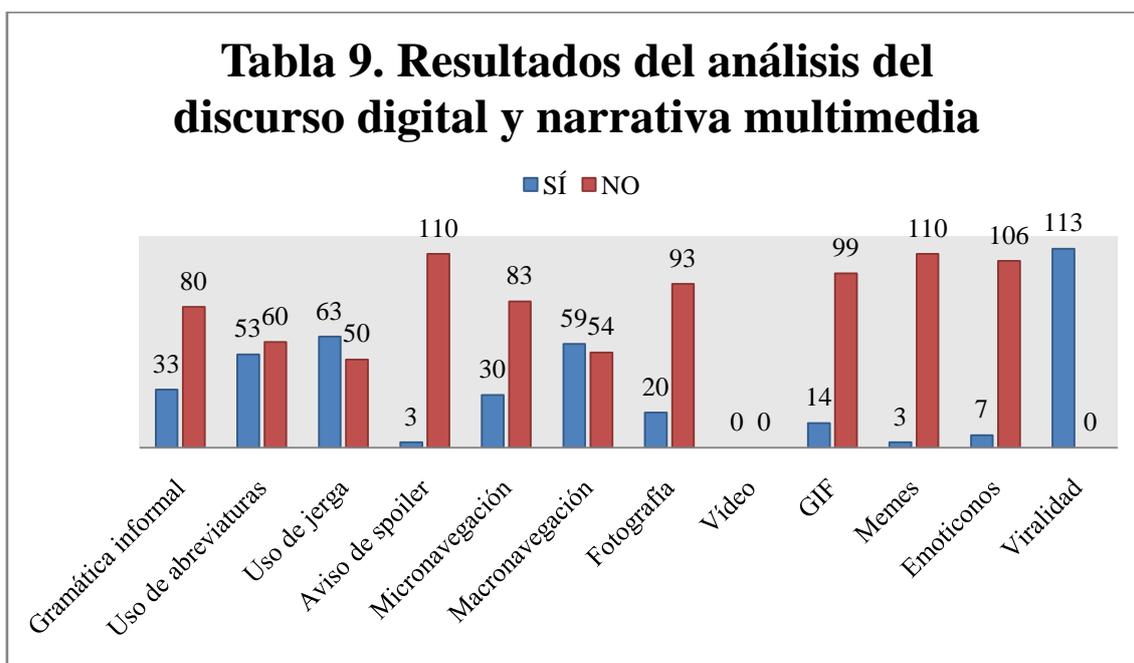
En cuanto al discurso digital y la narrativa multimedia, los resultados generales arrojan luz sobre un lenguaje cambiado y un uso pobre de los recursos transmedia e hipertextuales, a pesar de producirse el contenido en una plataforma online. De nuevo, se repite una gran diferencia de tendencias entre los autores-prosumidores analizados.

#### Discurso digital: expresión escrita y recursos textuales

Por lo general, los autores-prosumidores redactan correctamente, con oraciones coherentes y una gramática correcta (**Tabla 9**). Solo un 29% comete errores, casi todos ellos —un 15%—, de una única usuaria, la Prosumidora C (**Tabla 10**), que tiende a escribir todas las piezas en minúscula. En otros casos, como el de la Prosumidora B, se emplean términos escritos de forma extremadamente coloquial, como *dammit*, una abreviación de *damn it*, que además forma parte de la jerga del idioma, al significar *caramba*, *caray* o *maldición*.

El uso de abreviaturas aumenta —presente en un 47% de las críticas analizadas—, habitualmente vinculadas también al uso de jerga, que supone un 56%. Ambas se entremezclan con términos muy comunes en la red, como *aka* (*as known as*, conocido o llamado como), o *PM* (*Private Message*, Mensaje Privado).

El Prosumidor E es quien más abreviaturas utiliza que forman parte de la jerga en red (**Tabla 10**). Todas ellas se refieren a *Advanced Reader Copy* (*ARC*), es decir, una copia del libro obtenida antes de su lanzamiento oficial; en contraposición, es quien menos gramática informal o incorrecta utiliza. Por tanto, se concluye que el uso de abreviaturas o jerga no implica sistemáticamente una calidad baja en la forma o el contenido de la crítica, sino que se limita a una adaptación al lenguaje en red. Así, también se clarifica que la observación complementaria resulta fundamental para la presente investigación, ya que sin ella no podría calcularse el nivel de calidad de las unidades de análisis.



Fuente: elaboración propia

Es necesario destacar que el uso de la jerga en red resulta especialmente relevante por dos motivos: el primero, porque los usuarios utilizan este lenguaje en un entendimiento común, proveniente de otras actividades de prosumo y participación en Internet, como los juegos de rol, y que sin embargo permanece ajeno a la redacción ciberperiodística. En este sentido, Lola, la Prosumidora D, emplea a menudo asteriscos para narrar sus acciones (por ejemplo, la expresión *\*yawns\** equivale a *\*bosteza\**). Se trata de un recurso ya reflejado en el estudio de Parini, Vera, Galende, Ganga, Abuchaem y Cifre (2013), empleado en la comunicación entre usuarios en mundos virtuales.

El segundo motivo de relevancia es la evolución y adaptación de este lenguaje a entornos especializados como el objeto de estudio. Así, en lenguaje más centrado en lo literario, se emplean habitualmente las abreviaturas *ARC*, para referirse a *Advanced Reader Copy*, como se ha explicado anteriormente; *YA* para abreviar el género *Young-Adult* (Joven-Adulto); o *DNF* (*Did Not Finish*, No lo He Terminado). Solo en un caso concreto, la Prosumidora C crea una abreviatura bajo su propio criterio, reduciendo a la escritora Jane Eyre a *JE*.

### **Narrativa multimedia**

Al contrario de lo expuesto en las hipótesis, la narrativa multimedia no cobra un papel protagonista ni habitual en las críticas prosumidoras.

El hipertexto es el elemento más común (**Tabla 9**), no tanto por su uso dentro de las piezas para complementarlas y generar líneas paralelas de información, sino porque tres de los cinco autores-prosumidores enlazan sus redes sociales al final de las publicaciones. Por tanto, prima la macronavegación —en un 52%—, dirigiendo habitualmente al perfil de *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* o blog personal del usuario.

La micronavegación, empleada para guiar a los lectores a obras registradas dentro de *Goodreads*, solo está presente en un 26.5% de las críticas. Al igual que con otras variables, se produce un reparto desigual entre los perfiles analizados (**Tabla 10**).

Las Prosumidoras A, C y D quedan a la cabeza introduciendo hipertexto en la mayoría de sus publicaciones, mientras que la Prosumidora B solo incluye macronavegación a sus perfiles en un 40% de sus contenidos.

Paromjit, el Prosumidor E, no incluye enlaces en ningún caso, pero tampoco introduce multimedia, constituyéndose como el autor-prosumidor cuyo contenido se posiciona como el más correcto o semejante a la crítica periodística tradicional, pero que menos aprovecha el entorno digital. Sus contenidos se aproximan más a un volcado desde el papel.

En relación a los elementos multimedia anteriormente mencionados, ninguno de ellos es especialmente utilizado ni destaca. La fotografía es la más utilizada —18% del total— a menudo ilustrando la obra o como elemento interpretativo de carácter humorístico que pretende manifestar la opinión, experiencia o reacción del autor-prosumidor. Lo mismo sucede con los GIF —12%—, formatos de imágenes que se suceden uno tras otro para crear una secuencia. Dentro de las fotografías y los GIF se encuentran los tres únicos memes que se han hallado.

Los emoticonos tampoco cuentan con gran presencia dentro de las críticas. De los siete, seis corresponden a la Prosumidora D, que utiliza sistemáticamente una carita sonriente o una estrella en los casos en los que anuncia que ha leído la obra en compañía de otro

usuario, una práctica habitual en la comunidad (**Ejemplo 2**). El séptimo corresponde a Karen, la Prosumidora C, que emplea un “xD”, expresando así risa o carcajada.

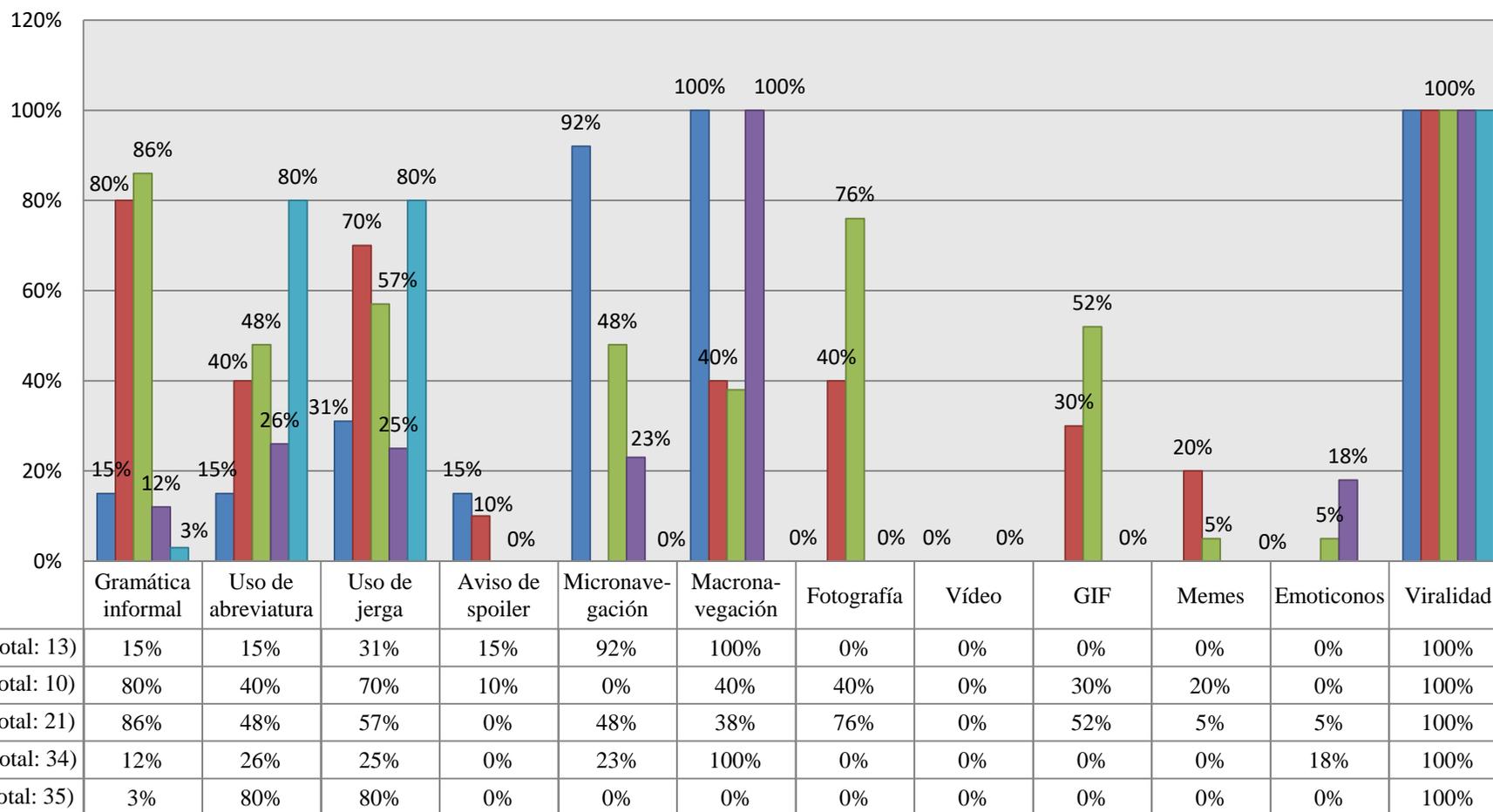
Buddy read with dear [Kat](#). ☆

**Ejemplo 5.** “Lectura en compañía con la querida Kat”. Fuente: Goodreads.com

Por último, la viralidad es un aspecto presente por igual en todos los autores-prosumidores, por lo que se da en el 100% de los casos, presumiblemente por una opción por defecto que incluye botones para compartir los contenidos tanto en *Facebook* como en *Google+*.

Se concluye que el uso de los elementos multimedia e hipertextuales por parte de los autores-prosumidores es desigual entre ellos pero minoritario en conjunto. No son, por tanto, aspectos claves o que caractericen especialmente la crítica prosumidora.

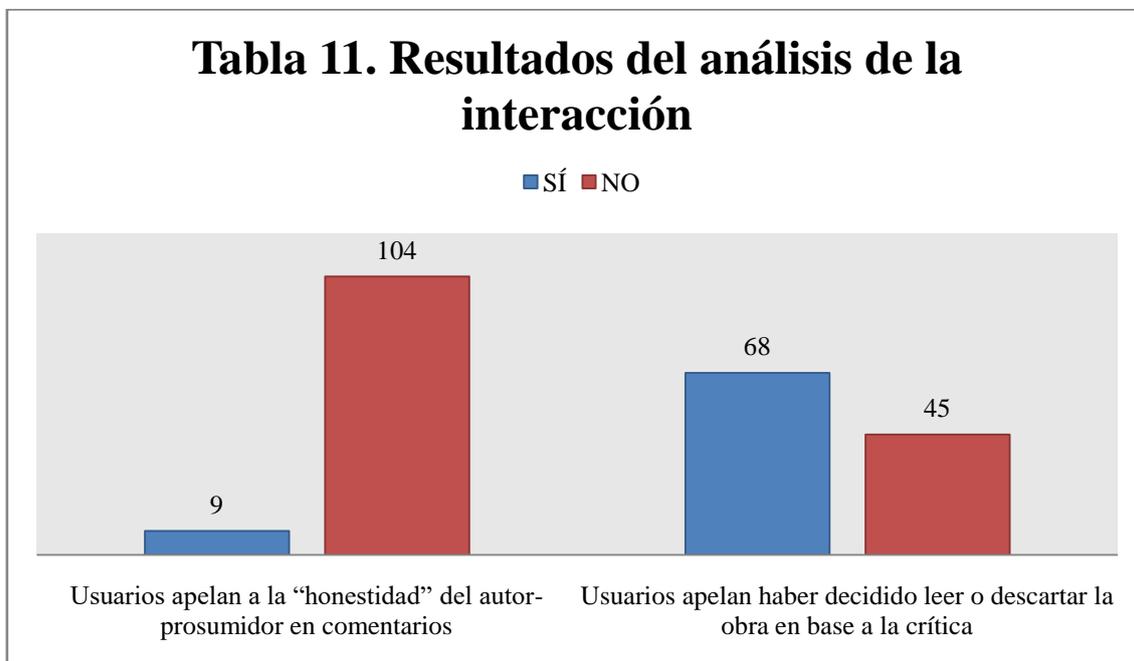
**Tabla 10. Resultados individuales del análisis del discurso digital y narrativa multimedia**



Fuente: elaboración propia

#### 4.4. Análisis de la interacción: influencia y poder del autor-prosumidor

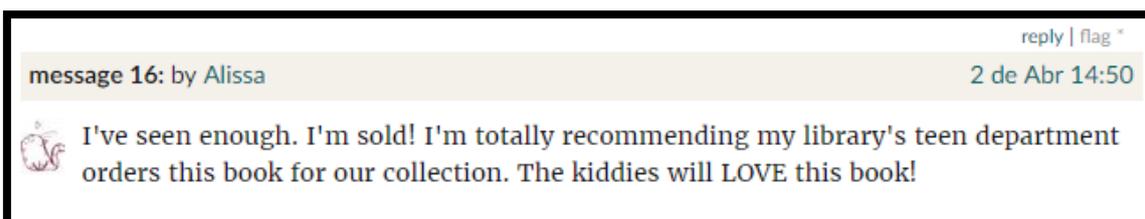
Con respecto a la interacción de otros usuarios y la influencia que sobre ellos tiene la crítica prosumidora, el resultado del análisis expone que en un 60% de las críticas, los lectores manifiestan haber tomado una decisión de compra o lectura, ya sea positiva o negativa, en base al contenido publicado (**Tabla 11**):



Fuente: elaboración propia

En contraposición, son pocos usuarios o lectores los que explícitamente reconocen, aluden o elogian la honestidad del autor-prosumidor —casi el 8%—, si bien es esta sinceridad una característica altamente valorada por algunos usuarios (comunicación personal, 2018) y uno de los pilares fundamentales que suponen el auge del ‘periodismo ciudadano’.

La influencia, en algunos casos, no solo alcanza un nivel individual, sino que llega a familias, con múltiples comentarios que buscan comprar obras a sus hijos y entorno o, incluso, a las bibliotecas. Así, en la crítica de un libro infantil de Karen, la Prosumidora C, una usuaria escribe (**Ejemplo 6**): *“he visto suficiente. ¡Estoy vendida! Definitivamente recomendaré al departamento juvenil de mi biblioteca que compre este libro para nuestra colección. ¡A los niños les encantará este libro!”*. La publicación en concreto, además, no conforma una crítica, sino una mera exposición de la experiencia que la autora-prosumidora tiene con la obra.



**Ejemplo 6.** Fuente: Goodreads.com

Otros usuarios se refieren a esta persuasión de forma aún más explícita: “*de verdad sabes cómo vender un libro*” (en Paromjit, Prosumidor E, 2018).

Del mismo modo sucede para los casos negativos en los que los usuarios deciden no comprar o leer la obra o retirarla de su lista de próximas lecturas. Así, un usuario comenta lo siguiente tras un veredicto negativo de la Prosumidora D: “*gracias por la advertencia. Lo he quitado de mi lista de próximas lecturas*”.

En conclusión, queda probado, aunque no pueda confirmarse que se deba —única o parcialmente— a la honestidad de los prosumidores, que existe un amplio poder de influencia por su parte en las decisiones que toman los usuarios-lectores, lo que redundaría en la idea de que se convierte en un canal alternativo de información y persuasión al margen de la crítica periodística y los medios tradicionales.

## 5. Conclusiones

Una vez realizado el análisis metodológico y obtenido los resultados correspondientes de la investigación, se puede afirmar que se han cumplido los objetivos principales de la misma. Así, se han analizado con éxito los contenidos y el estado general de la crítica online realizada por los usuarios-prosumidores en el área delimitada —la red social de crítica literaria *Goodreads*—, y el nivel de influencia que esta tiene como vía alternativa al periodismo formado y tradicional.

El trabajo de campo ha permitido, asimismo, confirmar y refutar las hipótesis. De esta forma, se ratifica la primera de ellas (**H<sub>1</sub>**), que expone que “la audiencia concede credibilidad y capacidad de influencia a figuras de referencia no especializadas y no profesionales, como otros prosumidores, frente a los periodistas o críticos especializados”. Los resultados del análisis de contenido y, en particular, de las categorías “3. Crítica periodística” y “5. Interacción”, permiten verificarla al exponer un contenido sesgado que influye altamente en los usuarios a tomar una decisión de compra o lectura.

La segunda hipótesis principal (**H<sub>2</sub>**), que versa sobre la existencia de un sesgo en los análisis y una estructura que no sigue la correspondiente a la crítica periodística profesional, queda parcialmente confirmada. Si bien queda comprobado por un alto resultado positivo que los análisis presentan sesgo, estos sí presentan una estructura formal semejante a la periodística —ficha técnica, título en algunos casos, referencias al autor y la obra, adjetivación, recursos literarios, etc. —; un parecido que puede resultar engañoso para muchos usuarios-lectores al entremezclar un contenido puramente sometido al criterio personal del autor-prosumidor con una estructura que, en muchos casos, presenta falta de contexto o falsos argumentos.

En cuanto a la primera subhipótesis (**h<sub>1</sub>**), que sostiene que la crítica prosumidora se basa en las experiencias u opiniones particulares de los autores-prosumidores, queda refutada, ya que los resultados ofrecen un dato alto pero minoritario tanto en general como analizado por usuario-prosumidor —un 40% del total y un 56% en el usuario-prosumidor que más presenta este rasgo—.

Pese a esta negativa, es importante destacar que el dato de experiencias y opiniones personales presentes en el contenido analizado no es menor; supone un elemento claro de influencia sobre la audiencia, quizá en relación con la sensación de confianza que provoca y que, según la literatura científica, es una de las causas principales por las que el Periodismo ha perdido espacio en la actualidad frente al “periodismo ciudadano” (Salvat y Paniagua, 2007).

Por último, la segunda subhipótesis (**h<sub>2</sub>**), que afirma que la crítica prosumidora conserva algunas de las características nucleares de la periodística, pero incorpora elementos de la narrativa multimedia y del discurso digital, queda parcialmente verificada. Por un lado, como se ha explicado anteriormente, se confirma que la crítica de los autores-prosumidores analizados conserva características nucleares de la periodística en lo que a estructura y estilo se refiere; por otro, su incorporación de narrativa multimedia es pobre, por lo que habría que descartar este aspecto como fundamental o diferenciador.

Aunque la macronavegación esté presente mayoritariamente —por un estrecho margen—, al tratarse únicamente de enlaces a otras redes sociales no resulta suficiente para poder afirmar esta parte de la proposición. Lo mismo sucede con la existencia en

todos los casos de posibilidad de viralizar los contenidos fuera de la red social, ya que, como se ha expuesto en los resultados, se trata de una opción por defecto en la web, e imposible determinar si se utiliza y en qué medida lo hace.

Sin embargo, el discurso digital cobra especial importancia. Si bien no se cometen fallos gramaticales, las críticas sí contienen jerga en red especializada en el ámbito literario y que se repite en muchos de los casos, formando parte intrínseca del discurso. Por lo tanto, se considera que se cumple solo parcialmente, en tanto que se valora con especial importancia este aspecto que no se realiza por parte de los periodistas, sino que es un elemento de apropiación de los prosumidores.

Confirmadas y refutadas las hipótesis, la investigación también ha dado respuesta a las preguntas de investigación, que permiten establecer conclusiones más concretas. De los resultados obtenidos, se deduce que los juicios de los prosumidores no son críticas, sino que se corresponden mayormente con una opinión personal sesgada. Pese a esto, formalmente introducen algunos elementos informativos que pueden generar confusión, haciéndolos pasar por críticas, por ejemplo, incluyendo referencias al autor, a la obra o recursos literarios. La experiencia personal resulta un elemento secundario pero altamente presente en muchos de los contenidos.

Si bien se ha demostrado que cada prosumidor tiene una preferencia de géneros y *targets* particular, y que algunos de ellos se dedican profesionalmente al campo de la Literatura, debido al sesgo que demuestran al expresar sus opiniones y la falta de formación que esto demuestra, no puede afirmarse que sean expertos; asimismo, se descarta que estén capacitados para emitir críticas fiables de calidad.

Ante estas publicaciones, los usuarios se guían e influyen por opiniones sesgadas y experiencias particulares. En muy pocas ocasiones se presentan aspectos negativos y positivos de la obra simultáneamente —sin que estos se expongan, de base, sesgados por la opinión o experiencia personal del autor-prosumidor—.

Este poder de influencia, reconocido por los usuarios y sumado a la gran afluencia que demuestra tener la red, confirma que los prosumidores ocupan un espacio perteneciente a los periodistas o críticos especialistas. Debido a que dichos contenidos no se adecúan más que formalmente al Periodismo y, por tanto, no responden a la formación y profesionalización que requiere la crítica como información o análisis especializado, se considera que se degrada la calidad del contenido que consumen los usuarios.

Del mismo modo, la figura del periodista o especialista puede considerarse aquí relegada en favor de la valoración de la experiencia o la opinión personal de otro usuario antes que la exposición formada de un profesional; así, se presume un auge del “periodismo ciudadano” también en el ámbito del periodismo de opinión, en concreto la crítica literaria.

La investigación concluye con ciertas limitaciones, como el tamaño de la muestra, el número de unidades de análisis, la fiabilidad del ranking empleado para su acotación, la imposibilidad de comprobar la autoría real de los contenidos o el recurso de un único estudio de caso —del que no han podido obtenerse todos los datos estadísticos por negativa de la propia plataforma<sup>21</sup>—.

---

<sup>21</sup> Comunicación personal disponible en *Anexos*

Sin embargo, se considera que estas posibles carencias no invalidan la idea principal sobre la que versa el trabajo: la red social *Goodreads* se sitúa como una vía alternativa, al margen de los medios tradicionales y de los periodistas formados, por el que los usuarios toman sus decisiones de compra y lectura en base a la opinión de los autores-prosumidores más populares, en lugar de acudir, como tradicionalmente, a periódicos o suplementos especializados.

Este Trabajo Fin de Grado no supone un cierre, sino que se abre a futuras líneas de investigación. En este sentido, pueden realizarse varios estudios tanto dentro de la red social *Goodreads* como fuera, como una manera de extrapolar la relación entre Periodismo y prosumo a otros ámbitos.

A modo de profundizar en los hábitos y la comunicación del prosumidor en red en *Goodreads*, podría centrarse en el análisis de los comentarios, de los foros existentes dentro de la red social, de la relación que los lectores mantienen con los escritores registrados en la plataforma, etc.

Por último y en relación directa con el Periodismo, puede extrapolarse a otros sectores en los que los prosumidores sean actores potenciales en la creación de contenido que desplace al puramente periodístico. La influencia del prosumo está presente en otras redes y plataformas como *Twitter*, *Instagram* o el propio *Amazon*, que permite a los usuarios registrados puntuar y opinar sobre cualquier producto a la venta. Asimismo, puede plantearse un análisis de contenido comparativo que establezca las diferencias, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, entre los contenidos prosumidores y los periodísticos, bien en lo cultural —en el objeto que ocupa este trabajo, comparando la crítica literaria prosumidora con aquella presente en medios digitales, revistas o suplementos especializados—, bien en otros aspectos, ya sean informativos, interpretativos o de opinión. Un amplio abanico de investigaciones que abren interrogantes sobre la cada vez más poderosa y activa labor de la audiencia prosumidora.

## 6. Bibliografía y webgrafía

- Abril-Vargas, Natividad (2000). *Periodismo de Opinión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Aguilera, Octavi (1993). “La crítica ‘control de qualitat’ dels productes culturals. Composició dels textos periodístic”. *Periodística*, (6), 101-109.
- Barón Pulido, Mireya (2009). “Hacia una sociedad hipertextual”. *Panorama*, 3(7), 38-45. DOI: <http://dx.doi.org/10.15765/pnrm.v3i7.61>
- Blackburn, Bryan, & Hitz, Lucy (2017). The State of Social Marketing. 2017 Annual Report. *Simply Measured*. Recuperado de: [https://get.simplymeasured.com/rs/135-YGJ-288/images/SM\\_StateOfSocial-2017.pdf](https://get.simplymeasured.com/rs/135-YGJ-288/images/SM_StateOfSocial-2017.pdf) Consultado 18/06/18.
- Caldevilla Domínguez, David (2009). “Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales”. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 3(2), 31-48.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chevalier, Judith A. & Mayzlin, Dina (2006). “The effect of Word of mouth on sales: online book reviews”. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345-354.
- Díaz-Noci, Javier (2010). “Medios de comunicación e internet: algunas tendencias”. *El profesional de la información*, noviembre-diciembre, 19(6), 561-567.
- Dimitrov, Stefan, Zamal, Faiyaz, Piper, Andrew & Ruths, Derek (2015). “Goodreads versus Amazon: The Effect of Decoupling Book Reviewing and Book Selling”. *Proceedings of the Ninth International AAAI Conference on Web and Social Media*. Montreal: McGill University.
- Etxeberria Egaña, Ibon (2014). “¿Ha muerto la crítica? Una aproximación sociológica a los problemas de legitimación de la crítica periodística”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 1013-1028.
- Fang, Irving (1997). *A History of Mass Communication. Six Information Revolutions*. Newton: Butterworth-Heinemann.
- Fuchs, Christian (2011). *Internet Prosumption in Contemporary Capitalism*. En ESA Conference. Conferencia llevada a cabo en la 10ª Conferencia de la Asociación Sociológica Europea de Génova, Suiza. Recuperado de: [http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/prosumer\\_internet.pdf](http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/prosumer_internet.pdf) Consultado 18/06/18
- G. Jones, Steven (2003). *Cibersociedad 2.0. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad*. Barcelona: UOC.
- García-Alonso Montoya, Pedro (2006). “Periodismo Digital y Periodismo Ciudadano”. *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. En VII Congreso Nacional Digital, Fernando Sabés Turmo (ed. Lit.), 2 y 3 de marzo de 2006, 251-262. Huesca: Congreso de Periodismo Digital.
- Giurgiu, L. & Bârsan, G. (2008). “The Prosumer – Core and consequence of the web 2.0 era”. *Revista de Informatica Sociala*, anul V. nr. 9 iunie 2008.

Diez Gracia, Alba (2018). Universidad de Valladolid.

Gómez Mont, Carmen (2000). “Revolución tecnológica: un nuevo paradigma para la Comunicación”. *Signo y pensamiento*, 19(36), 11-18. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2845842>

Gomis, Llorenç (1989). *Teoría dels gèneres Periodístics*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Goodreads (2017). *An Interview with the Most Popular Reviewer on Goodreads*. Recuperado de: <https://www.goodreads.com/blog/show/1119-an-interview-with-the-most-popular-reviewer-on-goodreads>. Consultado 20/05/2018.

Goodreads (2018). *About us*. Recuperado de: <https://www.goodreads.com/about/us?rel=nofollow> Consultado el 20/05/18.

Goodreads (2018). *Most popular 100 reviewers in the last 12 months*. Recuperado de: [https://www.goodreads.com/user/best\\_reviewers?country=all&duration=y](https://www.goodreads.com/user/best_reviewers?country=all&duration=y) Consultado 16/05/18.

Google Trends (2018). *Explorar*. Consultado 20/05/18.

Igartua, Juan José & Humanes, María Luisa (2014). “El método científico aplicado a la investigación en comunicación social”. *Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudiosos de comunicación*. Recuperado de: <http://www.portalcomunicacion.net/download/6.pdf> Consultado 15/05/18.

Interactive Advertising Bureau (2017). *Estudio Anual Redes Sociales 2017*. Recuperado de: [https://iabspain.es/wp-content/uploads/iab\\_estudioredessociales\\_2017\\_vreducida.pdf](https://iabspain.es/wp-content/uploads/iab_estudioredessociales_2017_vreducida.pdf) Consultado 18/06/18.

KPMG (2017). *The truth about online consumers. 2017 Global Online Consumer Report*. Recuperado de: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/01/the-truth-about-online-consumers.pdf> Consultado 17/06/18

Krippendorff, Klaus (1997). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

London Review of Books (2018). *About the London Review of Books*. Recuperado de: <https://www.lrb.co.uk/about> Consultado 17/06/18.

López Hidalgo, Antonio. (2002). *Géneros periodísticos complementarios. Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Martín Algarra, Manuel (1995). “El análisis de contenido en la investigación sobre comunicación”. *Periodística*, (8), 67-74.

Martínez Albertos, José Luis (1991). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

Masoliver, Juan Ramón (1979). “Crítica e información en el área cultural”. En Fundación Juan March (Ed.), *Crítica en periodismo*, 17-33. Madrid: Fundación Juan March.

Diez Gracia, Alba (2018). Universidad de Valladolid.

Moreno, Isidro (2001). “Genoma digital”. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (27), 101-114. DOI: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15088>

Nakamura, Lisa (2013). “Words with Friends”: Socially Networked Reading on Goodreads”. *PMLA*, 128 (1), 238-243. DOI: <https://doi.org/10.1632/pmla.2013.128.1.238>

Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The content analysis guidebook*. Los Ángeles: SAGE Publications.

O’Reilly, Tim (2005). *What is web 2.0. Design Patterns and Business Models for the next generation of software*. Recuperado de: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> Consultado 20/05/18.

Parini, Alejandro, Vera, Verónica, Galende, Edgardo, Ganga, Luis, Abuchaem, Renata & Cifre, Solange (2013). “Context and participation in virtual world Habbo Hotel”. *Documentos de Trabajo* (292), 3-19. DOI: <http://repositorio.ub.edu.ar/handle/123456789/2455>

Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský & Holzinger (2013). “Opinion mining on the web 2.0 – Characteristics of user generated content and their impacts. Human-Computer Interaction and Knowledge Discovery in Complex, Unstructured, Big Data”. *Lecture Notes in Computer Science*, 7947. 35-46. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-642-39146-0\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-642-39146-0_4)

Piñuel Raigada, José Luis (2002). “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios de Sociolingüística*, (3), 1-42.

Rubiera-Rodríguez, Octavio (2012). “El uso de la interactividad en la publicidad de Internet”. *Cuadernos de Gestión de Información*, 2, 2253-8429. DOI: <http://hdl.handle.net/10201/50978>

Salaverría, Ramón & Cores Rafael (2005). “Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos”. En: Salaverría, Ramón (coord.) *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, 145-185. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Salvat Martinrey, Guiomar, & Paniagua Santamaría, Pedro (2007). “¿Es esto periodismo, ciudadano?” *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 227-246.

Sánchez-Guijaldó, Mari Paz (2017). “‘Periodismo ciudadano’, ¿un nuevo fenómeno de periodismo?” *Documentación de las Ciencias de la Información*, 40, 31-54.

Santamaría de la Piedra, Elena, & Meana Peón, Rufino (2017). “Redes sociales y ‘fenómenos influencer’”. Reflexiones desde una perspectiva psicológica”. *Miscelánea Comillas, Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75 (147), 443-469.

Sartori, Giovanni (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

Steven, John (2017). “Internet Stats & Facts for 2017. List of Internet, E-commerce, Hosting, Mobile & Social Media Statistics for 2017”. *Hosting Facts*. Disponible en: <https://hostingfacts.com/internet-facts-stats-2016/> Consultado el 05/06/18.

Diez Gracia, Alba (2018). Universidad de Valladolid.

- Stone, Allucquère Rosanne (1991). "Will the real body please stand up?: Boundary stories about virtual cultures". En M. Benedikt (ed.). *Cyberspace*, 81-118. Cambridge: MIT Press. Recuperado de: [http://dimitris.apeiro.gr/files/papers/Bodies/Stone\\_Will\\_the\\_Real\\_Body\\_Please\\_Stand\\_Up.htm](http://dimitris.apeiro.gr/files/papers/Bodies/Stone_Will_the_Real_Body_Please_Stand_Up.htm) Consultado 22/03/18.
- Tabarés Martín, Patricia (2016). *Booktubers. Nuevos modelos de crítica literaria en Youtube* (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Valladolid, Facultad de Filosofía y Letras, Valladolid. DOI: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/22333>
- The New York Review of Books (2018). *About the Review*. Recuperado de: <http://www.nybooks.com/about/> Consultado 17/06/18.
- Thelwall, Mike, y Kousha, Kayvan (2016). "Goodreads: A Social Network Site for Book Readers". *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68. DOI: 10.1002/asi.23733
- Thurlow, Crispin, & Mroczek, Kristine (2011). *Digital Discourse: language in the New Media*. Nueva York: Oxford University Press.
- Times Literary Supplement (2016). *About the TLS*. Recuperado de: <https://www.the-tls.co.uk/about-the-tls/> Consultado 17/06/18.
- Times Literary Supplement (2016). *Frequently Asked Questions*. Recuperado de: <https://www.the-tls.co.uk/frequently-asked-questions/> Consultado 17/06/18.
- Toffler, Alvin (1980). *The Third Wave*. Nueva York: William Morrow.
- Van Dijk, Teun A. (1981). "Episodes as units of discourse analysis". En Deborah Tannen (Ed.), *Analyzing Discourse: Text and Talk*. 177-195. Georgetown: Georgetown University Press.
- Wimmer, Roger D., & Dominick, Joseph R. (2013). *Mass Media Research. An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing.
- Worrall, Adam (2015). "Like a Real Friendship: Translation, Coherence and Convergence on Information Values in LibraryThing and Goodreads". En *iConference 2015 Proceedings*. Disponible en: [https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/73641/143\\_ready.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/73641/143_ready.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

## 7. Anexos

**Anexo 1.** Ejemplo de ficha de análisis de contenido y del discurso aplicada al Prosumidor A (Emily May).

<b>TABLA 1. ANÁLISIS DE CRÍTICAS PROSUMIDORAS</b>					
<b>CATEGORÍA 1. FICHA TÉCNICA</b>					
Título del libro		The Kiss Quotient (The Kiss Quotient, #1)			
Autor del libro		Helen Hoang – Goodreads Author			
Género del libro		Romance			
Target del libro		Adulto			
Fecha de publicación del post		30/04/18			
Idioma del post		Inglés			
Fecha de codificación		02/06/18			
<b>CATEGORÍA 2. AUTOR-PROSUMIDOR</b>					
Nombre de usuario		Emily May			
Nacionalidad		Reino Unido			
Antigüedad en la web		Diciembre 2010			
Número de seguidores		5.000 amigos, 80.000 seguidores			
Número de críticas publicadas		1.450			
Número de libros leídos		3.393			
Número de libros valorados		3.431			
Puntuación media de libros valorados		3'24			
Media de libros leídos al año		424			
Puesto en el ranking de popularidad		1º			
Likes totales recibidos		419.062			
Perfiles en otras redes sociales		Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, blog personal y Tumblr			
<b>CATEGORÍA 3. CRÍTICA PERIODÍSTICA</b>					
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>		
CARACTERÍSTICAS	Referencias a la experiencia o proceso personal de lectura		Sí	Explica su experiencia con el libro y también que padece Asperger	
	Opinión personal sobre temas de la obra		Sí	Habla sobre el Asperger y explica sus síntomas	
	Referencia o resume la obra		Sí		
	Presencia de sesgo		Sí	Las razones que arguye son personales	
	Veredicto	Aspectos positivos		Sí	
Aspectos negativos		No			
ESTRUCTURA	Título		No		
	Ficha técnica		Sí		
	Cuerpo del texto	Referencia al autor		Sí	
		Relaciona la obra con su producción anterior		No	
Emplea argumentos		Sí	Recaen en la subjetividad, en su juicio y preferencia personal y bajo su experiencia		
ESTILO	Presencia de recursos literarios		No		
	Adjetivación		Sí		
	Ironía y sarcasmo		No		
	Falta de contexto		No		
	Conocimiento implícito del tema		No		
	Voz narrativa		1º persona sing. / plural mayestát.	Intercala ambos sin coherencia	

FORMATOS TIPOGRÁFICOS	Negrita		Sí	
	Cursiva		Sí	
	Tachado		No	
	Subrayado		No	
<b>CATEGORÍA 4. DISCURSO DIGITAL Y NARRATIVA MULTIMEDIA</b>				
			<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
“RUIDO”	Gramática informal o incorrecta		No	
	Uso de abreviaturas		No	
	Uso de jerga		No	
	Aviso de <i>spoiler</i>		No	
ELEMENTOS	Hipertexto	Micronavegación	Sí	1 enlace a la ficha técnica del libro
		Macronavegación	Sí	6 enlaces a sus redes y una web sobre Asperger
	Multimedia	Fotografía	No	
		Vídeo	No	
		GIF	No	
		Memes	No	
	Interactividad	Emoticonos	No	
		Likes	Sí	596
		Comentarios	Sí	41
		Viralidad	Sí	Botones para compartir en Facebook y Google+
<b>CATEGORÍA 5. INTERACCIÓN</b>				
			<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Usuarios apelan a la “honestidad” del autor-prosumidor en comentarios			Sí	
Usuarios apelan haber decidido leer o descartar la obra en base a la crítica			Sí	

**Anexo 2.** Ejemplo de ficha de análisis de contenido y del discurso aplicada al prosumidor B (Val).

<b>TABLA 1. ANÁLISIS DE CRÍTICAS PROSUMIDORAS</b>				
<b>CATEGORÍA 1. FICHA TÉCNICA</b>				
Título del libro		Heart of Glass (Fostering Love, #3)		
Autor del libro		Jacquelyne Nicole – Goodreads Author		
Género del libro		Romance		
Target del libro		Adulto		
Fecha de publicación del post		23/04/18		
Idioma del post		Inglés		
Fecha de codificación		01/06/18		
<b>CATEGORÍA 2. AUTOR-PROSUMIDOR</b>				
Nombre de usuario		Val		
Nacionalidad		Estados Unidos		
Antigüedad en la web		Agosto 2012		
Número de seguidores		2.785 amigos, 6.500 seguidores		
Número de críticas publicadas		1.253		
Número de libros leídos		1.858		
Número de libros valorados		1.855		
Puntuación media de libros valorados		3'44		
Media de libros leídos al año		309		
Puesto en el ranking de popularidad		4º (2º con las limitaciones del presente trabajo detalladas en la metodología)		
Likes totales recibidos		267.424		
Perfiles en otras redes sociales		Facebook, Instagram, YouTube y blog personal		
<b>CATEGORÍA 3. CRÍTICA PERIODÍSTICA</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Referencias a la experiencia o proceso personal de lectura		Sí	
	Opinión personal sobre temas de la obra		No	
	Referencia o resume la obra		No	
	Presencia de sesgo		Sí	
	Veredicto	Aspectos positivos	Sí	
		Aspectos negativos	No	
<b>ESTRUCTURA</b>	Título		No	
	Ficha técnica		Sí	
	Cuerpo del texto	Referencia al autor	Sí	
		Relaciona la obra con su producción anterior	Sí	
		Emplea argumentos	Sí	Recaen en la experiencia personal y la subjetividad
<b>ESTILO</b>	Presencia de recursos literarios		Sí	Exageración
	Adjetivación		Sí	“Delicioso” “Impresionada”
	Ironía y sarcasmo		No	
	Falta de contexto		Sí	Presenta su experiencia sin más
	Conocimiento implícito del tema		No	
	Voz narrativa		1º persona singular	
<b>FORMATOS TIPOGRÁFICOS</b>	Negrita		Sí	Para resaltar
	Cursiva		Sí	Para aportar ímpetu al tono del texto
	Tachado		No	
	Subrayado		No	

<b>CATEGORÍA 4. DISCURSO DIGITAL Y NARRATIVA MULTIMEDIA</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
“RUIDO”	Gramática informal o incorrecta		Sí	Palabras mal escritas
	Uso de abreviaturas		Sí	Aka: as known as
	Uso de jerga		Sí	Aka forma parte de la jerga digital
	Aviso de <i>spoiler</i>		No	
ELEMENTOS	Hipertexto	Micronavegación	No	
		Macronavegación	Sí	1
	Multimedia	Fotografía	Sí	1
		Vídeo	No	
		GIF	No	
		Memes	No	
		Emoticonos	No	
	Interactividad	Likes	Sí	192
		Comentarios	Sí	25
		Viralidad	Sí	Botones para compartir en Facebook y Google+
<b>CATEGORÍA 5. INTERACCIÓN</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
Usuarios apelan a la “honestidad” del autor-prosumidor en comentarios		No		
Usuarios apelan haber decidido leer o descartar la obra en base a la crítica		Sí		

Fuente: elaboración propia a partir de Abril-Vargas (2002); Barón (2009); Martínez Albertos (1991); Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría (2010); y Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský y Holzinger (2013).

**Anexo 3.** Ejemplo de ficha de análisis de contenido y del discurso aplicada al Prosumidor C (Lola Reviewer).

<b>TABLA 1. ANÁLISIS DE CRÍTICAS PROSUMIDORAS</b>					
<b>CATEGORÍA 1. FICHA TÉCNICA</b>					
Título del libro		The Female of Species			
Autor del libro		Mindy McCormis			
Género del libro		Misterio			
Target del libro		Joven-Adulto			
Fecha de publicación del post		24/04/18			
Idioma del post		Inglés			
Fecha de codificación		03/06/18			
<b>CATEGORÍA 2. AUTOR-PROSUMIDOR</b>					
Nombre de usuario		Lola			
Nacionalidad		Canadá			
Antigüedad en la web		Noviembre 2012			
Número de seguidores		817 amigos, los seguidores no constan			
Número de críticas publicadas		1.265			
Número de libros leídos		1.723			
Número de libros valorados		1.614			
Puntuación media de libros valorados		3'19			
Media de libros leídos al año		287			
Puesto en el ranking de popularidad		5º (3º con las limitaciones del presente trabajo detalladas en la metodología)			
Likes totales recibidos		141.663			
Perfiles en otras redes sociales		YouTube, blog personal, Twitter, Instagram, Google+ y Bloglovin'			
<b>CATEGORÍA 3. CRÍTICA PERIODÍSTICA</b>					
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>		
CARACTERÍSTICAS	Referencias a la experiencia o proceso personal de lectura		Sí		
	Opinión personal sobre temas de la obra		No		
	Referencia o resume la obra		Sí		
	Presencia de sesgo		No		
	Veredicto	Aspectos positivos		Sí	
Aspectos negativos		Sí			
ESTRUCTURA	Título		Sí		
	Ficha técnica		Sí		
	Cuerpo del texto	Referencia al autor		Sí	
		Relaciona la obra con su producción anterior		Sí	
	Emplea argumentos		Sí	Incorpora experiencia personal pero también razones a favor y en contra	
ESTILO	Presencia de recursos literarios		Sí	Metáfora	
	Adjetivación		Sí		
	Ironía y sarcasmo		No		
	Falta de contexto		No		
	Conocimiento implícito del tema		No		
	Voz narrativa		1º p. sing / 2ª p. sing / 3ª p. sing.	Intercala sin coherencia	
FORMATOS TIPOGRÁFICOS	Negrita		Sí	Para resaltar	
	Cursiva		Sí	Aporta ímpetu al tono	
	Tachado		No		
	Subrayado		No		

<b>CATEGORÍA 4. DISCURSO DIGITAL Y NARRATIVA MULTIMEDIA</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
“RUIDO”	Gramática informal o incorrecta		Sí	Palabras mal escritas
	Uso de abreviaturas		Sí	Aka: as known as
	Uso de jerga		Sí	Aka forma parte de la jerga digital
	Aviso de <i>spoiler</i>		No	
ELEMENTOS	Hipertexto	Micronavegación	No	
		Macronavegación	Sí	6 enlaces a sus redes sociales
	Multimedia	Fotografía	No	
		Vídeo	No	
		GIF	No	
		Memes	No	
		Emoticonos	No	
	Interactividad	Likes	Sí	229
		Comentarios	Sí	11
		Viralidad	Sí	Botones para compartir en Facebook y Google+
<b>CATEGORÍA 5. INTERACCIÓN</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
Usuarios apelan a la “honestidad” del autor-prosumidor en comentarios		No		
Usuarios apelan haber decidido leer o descartar la obra en base a la crítica		Sí		

Fuente: elaboración propia a partir de Abril-Vargas (2002); Barón (2009); Martínez Albertos (1991); Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría (2010); y Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský y Holzinger (2013).

**Anexo 4.** Ejemplo de ficha de análisis de contenido y del discurso aplicada al Prosumidor D (Karen Brissette).

<b>TABLA 1. ANÁLISIS DE CRÍTICAS PROSUMIDORAS</b>					
<b>CATEGORÍA 1. FICHA TÉCNICA</b>					
Título del libro		How to drew cute stuff			
Autor del libro		Angela Nguyen			
Género del libro		Infantil			
Target del libro		Infantil			
Fecha de publicación del post		30/04/18			
Idioma del post		Inglés			
Fecha de codificación		02/06/18			
<b>CATEGORÍA 2. AUTOR-PROSUMIDOR</b>					
Nombre de usuario		Karen Brissette			
Nacionalidad		Estados Unidos			
Antigüedad en la web		Abril 2007			
Número de seguidores		4.998 amigos, los seguidores no se muestran			
Número de críticas publicadas		2.913			
Número de libros leídos		4.617			
Número de libros valorados		4.493			
Puntuación media de libros valorados		3'80			
Media de libros leídos al año		419			
Puesto en el ranking de popularidad		6º (4º con las limitaciones del presente trabajo detalladas en la metodología)			
Likes totales recibidos		267.424			
Perfiles en otras redes sociales		Blog personal			
<b>CATEGORÍA 3. CRÍTICA PERIODÍSTICA</b>					
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>		
CARACTERÍSTICAS	Referencias a la experiencia o proceso personal de lectura		Sí	Habla de cómo ha sido un regalo personal	
	Opinión personal sobre temas de la obra		No		
	Referencia o resume la obra		No		
	Presencia de sesgo		Sí	Solo lo recomienda a través de mostrar su experiencia	
	Veredicto	Aspectos positivos		Sí	
		Aspectos negativos		No	
ESTRUCTURA	Título		No		
	Ficha técnica		Sí		
	Cuerpo del texto	Referencia al autor		No	
		Relaciona la obra con su producción anterior		No	
Emplea argumentos		No			
ESTILO	Presencia de recursos literarios		Sí	Comparación	
	Adjetivación		Sí		
	Ironía y sarcasmo		Sí	Matiz humorístico	
	Falta de contexto		Sí	Presenta su experiencia sin más	
	Conocimiento implícito del tema		No		
	Voz narrativa		1º persona singular	Intercala ambos sin coherencia	
FORMATOS TIPOGRÁFICOS	Negrita		Sí		
	Cursiva		No		
	Tachado		Sí		
	Subrayado		No		

<b>CATEGORÍA 4. DISCURSO DIGITAL Y NARRATIVA MULTIMEDIA</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
“RUIDO”	Gramática informal o incorrecta		Sí	Escribe todo en minúsculas
	Uso de abreviaturas		No	
	Uso de jerga		No	
	Aviso de <i>spoiler</i>		No	
ELEMENTOS	Hipertexto	Micronavegación	Sí	1
		Macronavegación	No	
	Multimedia	Fotografía	Sí	68 de todo su proceso y del libro, al tratarse de una guía para dibujar
		Vídeo	No	
		GIF	No	
		Memes	No	
		Emoticonos	No	
	Interactividad	Likes	Sí	276
		Comentarios	Sí	50
		Viralidad	Sí	Botones para compartir en Facebook y Google+
<b>CATEGORÍA 5. INTERACCIÓN</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
Usuarios apelan a la “honestidad” del autor-prosumidor en comentarios		No		
Usuarios apelan haber decidido leer o descartar la obra en base a la crítica		Sí	“I’m recommending my library’s teen department”	

Fuente: elaboración propia a partir de Abril-Vargas (2002); Barón (2009); Martínez Albertos (1991); Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría (2010); y Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský y Holzinger (2013).

**Anexo 5.** Ejemplo de ficha de análisis de contenido y del discurso aplicada al Prosumidor E (Paromjit).

<b>TABLA 1. ANÁLISIS DE CRÍTICAS PROSUMIDORAS</b>				
<b>CATEGORÍA 1. FICHA TÉCNICA</b>				
Título del libro		The Great Darknen		
Autor del libro		Jim Kelly		
Género del libro		Misterio		
Target del libro		Adulto		
Fecha de publicación del post		01/04/18		
Idioma del post		Inglés		
Fecha de codificación		03/06/18		
<b>CATEGORÍA 2. AUTOR-PROSUMIDOR</b>				
Nombre de usuario		Paromjit		
Nacionalidad		Reino Unido		
Antigüedad en la web		Enero 2015		
Número de seguidores		1.499 amigos, los seguidores no se muestran		
Número de críticas publicadas		881		
Número de libros leídos		945		
Número de libros valorados		941		
Puntuación media de libros valorados		4'40		
Media de libros leídos al año		315		
Puesto en el ranking de popularidad		8º (5º con las limitaciones del presente trabajo detalladas en la metodología)		
Likes totales recibidos		63.423		
Perfiles en otras redes sociales		Ninguno		
<b>CATEGORÍA 3. CRÍTICA PERIODÍSTICA</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Referencias a la experiencia o proceso personal de lectura		No	
	Opinión personal sobre temas de la obra		No	
	Referencia o resume la obra		Sí	
	Presencia de sesgo		No	
	Veredicto	Aspectos positivos	Sí	
		Aspectos negativos	No	
<b>ESTRUCTURA</b>	Título		No	
	Ficha técnica		Sí	
	Cuerpo del texto	Referencia al autor	Sí	
		Relaciona la obra con su producción anterior	No	
Emplea argumentos		Sí		
<b>ESTILO</b>	Presencia de recursos literarios		Sí	
	Adjetivación		Sí	
	Ironía y sarcasmo		No	
	Falta de contexto		No	
	Conocimiento implícito del tema		No	
	Voz narrativa		1º p. sing / 3ª p. sing. / 2ª p. sing	Intercala sin coherencia
<b>FORMATOS TIPOGRÁFICOS</b>	Negrita		No	
	Cursiva		No	
	Tachado		No	
	Subrayado		No	
<b>CATEGORÍA 4. DISCURSO DIGITAL Y NARRATIVA MULTIMEDIA</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
"RUIDO"		Gramática informal o incorrecta	No	

	Uso de abreviaturas	No		
	Uso de jerga	No		
	Aviso de <i>spoiler</i>	No		
ELEMENTOS	Hipertexto	Micronavegación	No	
		Macronavegación	No	
	Multimedia	Fotografía	No	
		Vídeo	No	
		GIF	No	
		Memes	No	
		Emoticonos	No	
	Interactividad	Likes	Sí	68
		Comentarios	Sí	10
		Viralidad	Sí	Botones para compartir en Facebook y Google+
<b>CATEGORÍA 5. INTERACCIÓN</b>				
		<b>CUMPLIMIENTO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
Usuarios apelan a la “honestidad” del autor-prosumidor en comentarios		No		
Usuarios apelan haber decidido leer o descartar la obra en base a la crítica		Sí		

Fuente: elaboración propia a partir de Abril-Vargas (2002); Barón (2009); Martínez Albertos (1991); Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría (2010); y Petz, Karpowicz, Fürschuß, Auinger, Striteský y Holzinger (2013).

**Anexo 6.** Transcripción de la conversación personal con el servicio de atención de *Goodreads* para disponer de estadísticas tales como usuarios activos, seguidores de cada perfil, etc., y cuya negativa supone una limitación técnica (10/04/18).

Re: [#564545] other: End-degree-project Recibidos x

 **Goodreads** support@goodreads.com a través de freshdesk.com 10 abr.   

para mí 

 inglés  >  español  [Traducir mensaje](#) [Desactivar para: inglés](#) x

Hi Alba,

Thanks for your interest in Goodreads! Unfortunately, we're unable to provide you with the specific information you requested. If you'd like to display or use Goodreads information on your website, I'd suggest checking out our API documentation [here](#). The API is available to the public and completely free to use, as long as you adhere to our [Developer Terms](#).

If you have any questions about specific methods or about how to implement our API, I'd suggest posting in our [Official Developers Group](#). Our engineers monitor the threads and will be happy to help.

If you have any additional questions or concerns, please don't hesitate to let me know!

Best,  
Claire

--  
Claire L.  
Goodreads Expert  
Goodreads.com

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

*“¡Gracias por tu interés en Goodreads! Por desgracia, no podemos darte la información específica que pediste. Si quisieras poner información de Goodreads en tu página web, te sugiero que veas cómo registrarte en nuestra API. La API está disponible al público y es completamente gratuita, siempre y cuando cumplas nuestros Términos de Desarrollador.*

*Si tienes cualquier pregunta sobre métodos en específico o cómo implementar la API, te recomiendo que publiques en nuestro Grupo Oficial de desarrolladores. Nuestros ingenieros monitorizan los hilos de conversación y estarán encantados de ayudarte (...).”*

**Anexo 7.** Transcripción de la comunicación personal con Val (Prosumidor B), segunda crítica más popular en *Goodreads* en el último año (27/05/18)<sup>22</sup>.



you said to Val  :  
Dear Val,

27 de May 07:59  
[view](#) | [delete](#)

I am a Journalism student from Spain. I am currently working on an academic article for my end-degree-project about the influence Goodreads reviews and users have, and how it is replacing traditional reviews on newspapers. As a popular Goodreads user, I would like to know how your process and experience on the site has been (how did you start, what do you think people look for on Goodreads that they can't find on newspapers, how many people follow you...). Just a little bit about your experience and what you find attractive on Goodreads. I would be so thankful if you could answer me.

Thank you so much!

Kind regards,

Alba.

*“Estimada Val, soy una estudiante de Periodismo de España. Actualmente estoy trabajando en un artículo académico para mi proyecto fin de carrera sobre la influencia que tienen las críticas de Goodreads y los usuarios, y cómo está reemplazando a las críticas tradicionales en los periódicos. Como usuaria popular de Goodreads, me gustaría saber cómo ha sido tu proceso y tu experiencia en la web (cómo empezaste, qué crees que busca la gente en Goodreads que no puede encontrar en los periódicos, cuánta gente te sigue...). Un poco sobre tu experiencia y lo que encuentras atractivo en Goodreads. Te agradecería mucho si me pudieras contestar. ¡Muchas gracias! (...)”*

---

<sup>22</sup> Durante la realización de la investigación, la autora de este trabajo intentó ponerse en contacto con los prosumidores que forman parte del análisis empírico para obtener información periférica que sirviese para la contextualización de sus perfiles y el marco teórico. De ellos solo pudo acceder a quienes tenían el envío de mensajes abierto (las Prosumidoras A y D lo tenían cerrado), pero finalmente solo respondió la Prosumidora B. La transcripción se ha traducido de forma libre del inglés por la investigadora de este trabajo.

---

from:  Val 

to:  Alba

subject: re: College end-degree-project

message: Hi Alba,

Sorry for the late response...

First, I'm flattered to be included in your research.

Second, I'm not sure how comprehensive any info here will be as I've never really sat down and thought about my "process" or GR as a whole from a truly intellectual standpoint. But, I will do my best.

In order of your questions:

My process and experience on the site:

I don't really have a "process," per se. Everything I do on this site is something I do strictly for fun and on my own time. I just write what I feel like, when I feel like it. When I finish a book - and am in the mood (I'm not always) - I will write a review about it. I will also post status updates every now and then, but there is truly no rhyme or reason to that either.

I joined in August 2012, but I wasn't really all that active until probably a year or so after that. I initially joined with intention of using the site as a catalogue for the books I read. As a lifelong reader, I was getting to the point where I could not always remember all the books I had read and I was starting to accidentally buy/order books I had already read in the past. So, upon the recommendation of a friend, I thought GR could act as an inventory of sorts.

Once I joined the site, however, I was really drawn to the community and the fact that I could geek out over books with like-minded people. I have other readers in my family in real life; but no one who reads as much romance as me, and no one who would WANT to geek out over smut to the extent that I do.

What do I think people look for on Goodreads that they can't find in newspapers:

Community.

On goodreads, you can comment directly on someone's review or status update and they can respond to your comment immediately if they are online. In that sense, it's almost like having a live-action conversation with someone. Definitely not something you can get with a newspaper, which is obviously static.

Also, on GR you form "friendships" and bonds with other users - INCLUDING AUTHORS, also not something provided by newspapers.

How many people follow me, etc:

At the time of this message, I have 2,785 "friends" and close to 6,500 followers.

My goal on here was never to get popular or garner a ton of followers; but after a couple of popular reviews I wrote, I started to get a lot of likes and my friends/follow requests skyrocketed. Once those numbers started to go up, it just seemed like they grew exponentially very quickly.

As I said, I have never had a "method" or plan on how to gain followers or friends or likes; but I know a lot of people do. The "top reviewer" list actually isn't all that accurate. People can bump their reviews and re-post old reviews, etc. to get more likes, which I have never done. But hey, if that matters to some people, whatever.

Some people can get addicted to this site in the same way people can get addicted to facebook and/or other social media platforms. I have actually seen people plagiarize reviews (which happened to me once) and post fake or stolen reviews because they wanted to get more likes. I have also been stalked on here a couple times in the past, which was a total pain in the ass.

So there are definitely some negatives associated with the site, but that's just life. All in all, my experience here has been very positive, but as I said, I only do this for fun and it's but a small fraction of my life, albeit one I enjoy.

I hope this answered all your questions and good luck on your paper :)

Val

*“Hola Alba, perdona la respuesta tardía...”*

*En primer lugar, estoy halagada de ser incluida en tu investigación.*

*En segundo lugar, no estoy segura cómo de comprensible será cualquier información, ya que realmente nunca me he sentado y pensado sobre mi ‘proceso’ en Goodreads desde un punto de vista intelectual. Pero lo haré lo mejor que pueda.*

*En el orden de tus preguntas:*

*Mi proceso y experiencia en la web:*

*Realmente no tengo un ‘proceso’ per se. Todo lo que hago en esta web es algo que hago estrictamente por diversión y en mi tiempo libre. Escribo lo que me apetece, cuando me apetece. Cuando termino un libro –y estoy de humor (no lo estoy siempre)- escribo una crítica sobre ello. También publico actualizaciones de estado<sup>23</sup> de vez en cuando, pero no hay un ritmo o razón por la que lo hago.*

*Me uní en agosto de 2012, pero realmente no comencé a estar activa hasta un año después más o menos. Al principio me uní con la intención de usar la web como un catálogo para los libros que leía. Como una lectura de toda la vida, estaba llegando al punto donde no siempre recordaba los libros que había leído y comenzaba a comprar o encargarse accidentalmente libros que ya había leído en el pasado. Así que, a partir de la recomendación de un amigo, pensé que GR podría servir como un inventario.*

*Una vez me uní a la web, me sentí muy atraída hacia la comunidad y el hecho de que podía cotillear sobre libros con gente que pensaba similar a mí. Hay más lectores en mi familia en la vida real; pero ninguno lee tanto romance como yo, y nadie que quisiera cotillear sobre obscenidades hasta el extremo al que yo lo hago.*

*Qué creo que la gente busca en Goodreads que no pueden encontrar en los periódicos:*

*Comunidad.*

*En Goodreads, puedes comentar directamente en la crítica o actualización de estado de alguien y ellos pueden responderte inmediatamente si están en línea. En ese sentido, es casi como tener una conversación en directo con alguien. Claramente algo que no puedes obtener con un periódico, que es obviamente estático.*

*En GR también formas ‘amistades’ y lazos con otros usuarios, incluidos autores, algo que tampoco ofrecen los periódicos.*

*Cuánta gente me sigue, etc.:*

*En el momento de este mensaje, tengo 2.785 ‘amigos’ y cerca de 6.500 seguidores.*

*Mi objetivo aquí nunca fue convertirme en alguien popular o ganar un montón de seguidores; pero tras un par de críticas populares, comencé a tener muchos ‘me gusta’ y mis peticiones de amistad y seguidores se dispararon. Una vez esos números comenzaron a subir, parece que empezaron a crecer muy rápido exponencialmente.*

---

<sup>23</sup> Una actualización de estado es una publicación en la que el usuario actualiza en qué página o parte del libro se encuentra y realizar un comentario sobre sus impresiones.

*Como he dicho, nunca he tenido un ‘método’ o plan en cómo ganar seguidores, amigos o ‘me gusta’; pero sé de gente que lo hace. La lista de ‘mejor crítico’ realmente no es tan acertada. La gente puede inflar sus críticas y volver a publicar algunas viejas, etc., para conseguir más ‘me gusta’, lo que nunca he hecho. Pero bueno, si eso es lo que le importa a alguna gente, que hagan lo que quieran.*

*Algunas personas pueden volverse adictas a esta web de la misma forma que la gente se vuelve adicta a Facebook y otras redes sociales. De hecho, he visto a gente plagiar críticas (lo que me pasó a mí una vez) y publicar críticas falsas o robadas porque quieren conseguir más ‘me gusta’. También he sido acosada aquí un par de veces en el pasado, lo que fue un absoluto fastidio.*

*Así que, seguro que hay algunas cosas negativas asociadas con esta web, pero así es la vida. Después de todo, mi experiencia aquí ha sido muy positiva, pero como dije, solo lo hago por diversión y es una pequeña fracción de mi vida, aunque sea una que disfruto.*

*Espero que esto haya respondido a todas tus preguntas y buena suerte en tu artículo Val”.*

## Anexo 8. Comunicación personal mantenida con Sarah, primera crítica más popular en España en el último año (19/05/18).<sup>24</sup>

---

 **XX Sarah XX** (former Nefarious Breeder of Murderous Crustaceans) said to you: 19 de May 04:25  
view | save | trash

¡Hola Alba!

Siento haber tardado en contestarte pero no me ha dado tiempo hacerlo antes de hoy.

La verdad es que no me acuerdo como empecé a usar Goodreads. Siempre he leído mucho, y antes de registrarme aquí, era un miembro muy activo de BookCrossing.com. Supongo que es allí que oí hablar de Goodreads por primera vez. Me gusta mucho esta web porque es un poco como Facebook, pero para adictos a la lectura:) Me encanta escribir reseñas, compartir mis experiencias como lectora y intercambiar opiniones sobre los libros que leo. Una de las cosas que me gustan mas en Goodreads es participar en "buddy reads" (lecturas en grupo).

Lo mas positivo de mi experiencia con Goodreads es que he hecho muchos muy buenos amigos a través de la web. No son solo amigos "virtuales" pero gente con quien estoy en contacto fuera de Goodreads también. Algunos de ellos conozco desde hace años y considero como mis mejores amigos.

Creo que tengo unos 1600 seguidores, pero no es una cosa en que fijo mucho. Por lo que sé, la mayoría de la gente que me sigue o quiere ser amigo/amiga mío/mía lo hace porque primero, no me tomo las cosas muy en serio y segundo, siempre digo lo que pienso en mis reseñas. Creo que es esto más que nada que atrae a la gente a páginas como Goodreads. Buscan opiniones sinceras y directas sobre libros, lo que encuentran en periódicos y/o revistas especialidades. La interactividad es muy importante también. Lees una crítica sobre un libro y puedes hablar directamente con la persona que la escribió, e intercambiar con ella.

¡Espero haber contestado a tus preguntas! No dudes en contactar conmigo otra vez si quieres saber algo más:)

Saludos,  
Sarah

---

 **XX Sarah XX** (former Nefarious Breeder of Murderous Crustaceans) said to you: 20 de May 09:14  
view | save | trash

Sí, es lo que quería decir. Lo siento, faltaba un "no" en mi frase;) Creo que a la gente le gusta más leer reseñas en webs como Goodreads porque están escritas por personas que no son críticos literarios profesionales, lo que las hace más asequibles y les da más credibilidad.

¡Suerte con tu trabajo!

Saludos,  
Sarah

---

 you said to **XX Sarah XX** (former Nefarious Breeder of Murderous Crustaceans): 20 de May 04:18  
view | delete

¡Hola de nuevo!

Muchísimas gracias por responderme, no te preocupes por la tardanza, no es un problema en absoluto.

Solo quería pedirte una aclaración, y es que en tu respuesta dijiste: "Creo que es esto más que nada que atrae a la gente a páginas como Goodreads. Buscan opiniones sinceras y directas sobre libros, lo que encuentran en periódicos y/o revistas especialidades".

Viendo lo que te pregunté entiendo que ha habido un lapsus y que lo que querías decir -o no, y es en lo que me estoy liando yo- es que esas opiniones sinceras no las encuentran ya en periódicos y/o revistas. ¿Es así? No quiero que haya confusión y entender algo que no es, sino ser lo más fiel posible, por eso quiero asegurarme :)

¡Muchísimas gracias de nuevo!

Un saludo,  
Alba.

---

<sup>24</sup> Durante la investigación, la autora de este trabajo se puso en contacto con los cinco críticos más populares en España para obtener información periférica que sirviese para enriquecer el marco teórico. De ellos, solo se obtuvo una respuesta a las preguntas por parte de Sara.